

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA  
ÚSTAV ETNOLOGIE**

Fenomén internetových memů:  
vytváření a šíření kulturních symbolů v kyberprostoru

The Online Meme Phenomenon:  
The Creation and Transmission of Cultural Symbols in Cyberspace

Bakalářská práce

Vedoucí práce:  
PhDr. Petr Janeček, Ph.D.

Autorka:  
Taida Djakoualnová

Praha 2016

### **Poděkování:**

Lídě, Áně a Dominikovi.

PhDr. Petru Janečkovi, PhD. za nekončící podporu a ochotu, se kterou nás provázel celé studium.



## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou bakalářskou práci „Fenomén internetových memů: vytváření a šíření kulturních symbolů v kyberprostoru“ vypracovala samostatně s použitím níže uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 11.1.2016

.....  
Taida Džakoualnová

*„Listen, kiddo – the internet hasn't always been "Oppa Gangnam Style" and "I Can Has Cheezburger."*

*<http://www.smosh.com/smosh-pit/articles/7-earliest-internet-memes>*

**Anotace**

Předkládaná práce se věnuje tématu předávání kulturních symbolů v kyberprostoru. Na fenoménu internetových memů zkoumá nové typy moderního folkloru, které pojmenovává kyberfolklorem. Cílem práce je popsat prostor, kde k tomuto předávání dochází, zmapovat dosavadní výzkum moderního folkloru na internetu a definovat mem jakožto folklorní formu.

**Klíčová slova**

elektronická komunikace; elektronický folklor; mem; internetový mem; kyberfolklor; kyberprostor; kyberkultura; slovesná folkloristika

**Annotation**

Presented bachelor thesis focuses on the topic of transmission of the cultural symbols in cyberspace. The online meme phenomenon is being researched as a type of modern folklore. The thesis is proposing to call this folklore „cyberfolklore“. The aim of the thesis is to describe space, where the transmission takes place, to map contemporary research on modern folklore and to define „meme“ as a form of folklore.

**Keywords**

electronic communication; e-folklore; meme; internet meme; cyberfolklore; cyberspace, cyberculture; folkloristics

Úvod.....	8
1. Kyberprostor .....	9
1.1 Infrastruktura kyberprostoru .....	10
1.1.1 Sítě .....	11
1.1.2 Internet .....	11
1.2 Virtuální realita .....	13
2. Kyberkultura .....	14
2.1 Teoretické dělení kyberkultury .....	14
2.1.1 Raná a současná kyberkultura.....	14
2.1.2 Teoretické koncepty kyberkultury .....	15
2.2 Výzkum kyberkultury .....	16
2.2.1 Kyberantropologie .....	16
2.3 Obyvatelé kyberkultury .....	17
3. (Kyber)folklor.....	19
3.1 Virtuálního versus reálný prostor a folklor.....	20
3.2 Kyberfolkloristika? Terminologie výzkumu folkloru na internetu.....	22
3.3 Druhy kyberfolkloru .....	22
3.4 Folklor na internetu.....	23
3.4.1 Uživatelem vytvořený obsah .....	24
3.4.2 CMC.....	24
3.5 Žánry kyberfolkloru na internetu .....	25
4. Mem, memetika a internet .....	29
4.1 Memetika .....	29
4.2 Mem a internetový mem .....	30
5. Mem jako folklorní forma.....	32
5.1 Charakteristika memu .....	33
5.2 Typy .....	34
5.2.1 Text .....	34
5.2.2 Obrázek.....	35
5.2.3 GIF.....	36
5.2.4 Virální video .....	37
5.3 Vytváření a šíření memu.....	37
5.3.1 Replikování .....	37
6. Mem jako folklorní podání .....	39

6.1 Funkce memů.....	39
6.1.1 Amusantní funkce .....	40
6.1.2 Mem jako newslore.....	40
6.1.3 Integrační funkce .....	41
6.2 Mem jako internetová performance .....	41
6.3 Analýza folklorního podání .....	42
Závěr .....	46
Bibliografie .....	47
Seznam vyobrazení .....	54

## Úvod

Kyberprostor. Nehmatatelný, ale přesto každodenní součástí našeho života. Internet. Namnoze skloňované slovo dnešní doby. Mem. Bezvýznamná zábava pro děti.

O tom všem je předkládaná bakalářská práce, o všech těchto věcech uvažuji a dala jsme si za cíl lépe je prozkoumat, ve své práci ukotvit a ideálně pro ně najít spojitost a význam. Moje práce je o něčem, co možná každý zná a nepřikládá tomu velký význam. Zároveň je ale jen střípkem do mozaiky studia folkloristiky. V této bakalářské práci se zabývám způsobem, jakým se lidé na internetu dorozumívají. Titul práce slibuje rozebrání fenoménu internetových memů, v rámci toho se práce zabývá celkově internetovým folklorem. Popisuje, co to vlastně je folklor na internetu, jaké máme druhy, kde ho můžeme nalézt. Dále se noří do světa memů, charakterizuje je a snaží se popsat jejich funkci.

Vzhledem k tomu, že se práce soustředí spíše na okrajové a zároveň nové téma studia folkloristiky, literatura, ze které vychází je z různých oborů, většinou anglickojazyčná a vydaná v posledních několika letech. Základními publikacemi jsou monografie Trevora J. Blanka a příspěvky Lynne S. McNeill folkloristů, kteří se tématu digitálního folkloru věnují dlouhodobě. V klíčových kapitolách věnujících se kyberfolkloru a memům jsem čerpala převážně z odborných studií a článků zabývajících se tématy komunikace, moderních technologií a současného folkloru. Téma internetových memů zatím nedosáhlo na vlastní monografii, a proto jsem se snažila četbou zmapovat co největší množství různých pramenů, jak odborných, tak populárních, abych získala co nejširší znalost o zkoumaném fenoménu.

Práce je členěna do šesti kapitol a postupuje od nejobecnějšího k nejkonkrétnějšímu. První tři kapitoly lze považovat za myšlenkový rámec, do kterého je následně zasazen folklor popisovaný v dalších třech kapitolách. Mojí ambicí je nejprve vyložit systém, ve kterém se lidé pohybují, když si zasednou k počítači a následně uspořádat poznatky, které dosud máme o kyberfolkloristice a o výzkumu internetových memů a definovat tuto novou folklorní formu.

Jakkoli nezvykle se může téma jevit, jsem přesvědčena o tom, že kybersvět je dnes místem, kde dochází k předávání kulturních symbolů, jakými folklor je, a proto je zcela relevantní, aby se jeho studiu humanitní vědy věnovaly.



# 1. Kyberprostor

Pohybujeme se ve světě, kde nezáleží jen na tom, kam se dostaneme a koho potkáme. Mimo sociální realitu si každý budujeme také svoji existenci v realitě virtuální. Pohybujeme se ve světě obklopeni médii a technologiemi. Pohybujeme se ve světě, který se stejně jako na ulici odehrává i v kyberprostoru.

Kyberprostor není snadné definovat a může k tomu docházet různými způsoby. Jeho definice podléhá vnímání každého člověka a odvíjí se od zkušenosti jednotlivce s ním. Michael Benedikt ve své esaji „Úvod do kyberprostoru“ navrhuje hned na desítku definic, aby je následně všechny odsoudil: „*Kyberprostor, jak je zde popsán a jak je popisován v této knize – neexistuje.*“<sup>1</sup> Můžeme ale říct, že kyberprostor je určitým místem, prostorem pro interakce, který se v průběhu času a díky novým technologiím změnil tak výjimečně, že dává možnost vytvoření alternativní reality.

Samotný pojem byl poprvé použit v novele Vypálit chrom amerického spisovatele Williama Gibsona a popsal ho pak ve svém románu Neuromancer. William Gibson byl čelním představitelem žánru Kyberpunk.<sup>2</sup> Gibsonův kyberprostor je vizí budoucího světa, ve kterém se můžeme do kyberprostoru dostat napojením mozku na počítač.<sup>3</sup> „*V následujících letech, bylo toto stinné místo, kde jsou uchována naše počítačová data, pojmenováváno různě: the Net, the Cloud, Matrix, the Metaverse, the Datasphere, the Electronic Frontier, the information superhighway. Ale Gibsonův otisk vydržel nejdéle. V roce 1989 si ho [název] vypůjčovaly on-line komunity k popisu již ne pro sci-fi a fantasy, ale pro dnešní stále více propojené počítačové systémy - zejména pro miliony počítačů připojené k internetu.*“<sup>4</sup>

V kontextu počítačového světa použil pojem kyberprostor poprvé John Perry Barlow „[...] teoretik a spoluzakladatel organizace Electronic Frontier Foundation, po němž bývá toto pojetí kyberprostoru v kontrastu proti původnímu gibsonovskému označováno jako barlowovské.“<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> BENEDIKT, Michael, 1991, str. 3

<sup>2</sup> Kyberpunk je literární žánr, který se odštěpil od literatury sci-fi. Hrdinové tohoto žánru se pohybují v přetechizovaném světě, často jsou součástí hackerských komunit, děj je nihilisticky laděný, hrdinové jsou cyničtí. (Srov. SOUKUP, Václav, 2010.)

<sup>3</sup> JIROVSKÝ, Václav, 2007, str. 17

<sup>4</sup> ELMER-DEWITT, Philip, 1995. Vlastní překlad: „*In the years since, there have been other names given to that shadowy space where our computer data reside: the Net, the Web, the Cloud, the Matrix, the Metaverse, the Datasphere, the Electronic Frontier, the information superhighway. But Gibson's coinage may prove the most enduring. By 1989 it had been borrowed by the online community to describe not some science-fiction fantasy but today's increasingly interconnected computer systems - especially the millions of computers jacked into the Internet.*“

<sup>5</sup> MACEK, Jakub, 2005.

Kyberprostor je podle Barlowa „*místem, kde se nacházíme, když telefonujeme,*“<sup>6</sup> čímž chce vyjádřit, že se jedná o každému dostupný a otevřený svět, do kterého se můžeme dostat použitím konkrétních přístrojů. Pro Barlowa je jedním z nejdůležitějších rysů kyberprostoru jeho nezávislost, věnuje se hlavně výzkumu komunit v něm vzniklých a fungujících.<sup>7</sup>

„*Role, kterou kyberprostor hraje, se od dob prvních představ posunula a současný internet s miliony připojených klientů a serverů začal představu kyberprostoru realizovat.*“<sup>8</sup> Kyberprostor, o kterém budeme v této práci hovořit, má tři základní charakteristiky: je globální, decentralizovaný a otevřený. To znamená, že díky kyberprostoru je možné propojit lidi na celém světě, bez ohledu na překážky, které by jim v reálném světě bránily, aby se setkali. Není nikým řízen, nemá žádnou centrální autoritu a řídí, nebo spíše formují, jeho uživatelé. Kyberprostor je také díky své otevřenosti „semeništěm“ informací, v dobrém, ale i v tom špatném slova smyslu. „*Problém nalezení potřebné informace se v kyberprostoru přerodil do nové, daleko složitější formy – problému evaluace nalezeného množství informací, vybrání správných, resp. pravdivých informací a jejich odpovídající vyhodnocení.*“<sup>9</sup> Kyberprostor má svá pro i proti. Tvrdí se o něm, že je to o nejdemokratičtější prostor, je to ale spíše anarchie, která je omezená přísnými technologickými pravidly užívání, a proto ještě kyberprostor nezničila.<sup>10</sup>

## 1.1 Infrastruktura kyberprostoru

Kyberprostor existuje díky určitým prostředkům a ty bych chtěla představit. Celý kyberprostor je vytvořen díky hardwaru a softwaru, který mohou uživatelé využívat. Hardware označuje všechny fyzické komponenty počítače respektive přístrojů,<sup>11</sup> a software zase ty nefyzické – programy, aplikace, služby, které nám poskytují přístroje.<sup>12</sup> Jejich role je jedinečná. Stejně jako byl vynález knihtisku klíčový pro přístup k a nakládání s informacemi, tak je pro nás významný vynález telefonu, televize, počítače a samozřejmě také textových, grafických editorů a hlavně počítačových sítí. Stejně jako byla v době napsání knihy Vypálit chrom nepředstavitelná dnešní závislost na technologiích, lze očekávat vznik nových a dnes jen těžce

---

<sup>6</sup> ELMER-DEWITT, Philip. 1995.

<sup>7</sup> Srov. BARLOW, John Perry. John Perry Barlow Interview, BARLOW, John Perry. CRIME AND PUZZLEMENT, BARLOW, John Perry. Is There a There in Cyberspace?, BARLOW, John Perry. A Declaration of the Independence of Cyberspace.

<sup>8</sup> JIROVSKÝ, Václav, 2007, str. 34

<sup>9</sup> Ibid. Str. 35

<sup>10</sup> Ibid. Str 33 - 38

<sup>11</sup> WINKLER, Petr, 2009, str. 148

<sup>12</sup> Ibid. Str. 381

představitelných prostředků jak hardwarových tak softwarových, které budou dále kyberprostor proměňovat.

### 1.1.1 Sítě

Samotné přístroje a funkční programy nás sice přibližují virtuální existenci, až jejich propojení ale vytváří onen Barlowovský kyberprostor. Sítě jsou pro koncept kyberprostoru v dnešním slova smyslu klíčové. Díky sítím mohou být uživatelé v neustálém kontaktu, umožňují totiž propojení v reálném čase. Sítěmi máme na mysli počítačové a datové sítě, z nichž nejznámější je Internet.<sup>13</sup> Podle definice internetové technopedie se dozvídáme, že „*Počítačová síť je skupina několika počítačových systémů a dalšího počítačového hardwaru, který je propojený komunikačními kanály, aby zajistil komunikaci a sdílení zdrojů mezi větším množstvím uživatelů. Sítě se většinou dělí na základě svých charakteristik.*”<sup>14</sup> S technologickým pokrokem se také zlepšuje jejich spolehlivost a rozšíření, z malých lokálních sítí jsou dnes globální sítě, které propojují miliony lidí a umožňují jim být v okamžitém spojení.

### 1.1.2 Internet

Vzhledem k tomu, že tato práce se zabývá internetovým fenoménem, ve stručnosti popíši, jakým způsobem se proměňoval Internet, jak došlo k jeho masivnímu rozšíření a hlavně, jak se stalo, že čím dál častěji trávíme čas u počítače.

Pro účely této práce budu používat pojmu „internet” většinou s malým „i” ve významu, ve kterém je obecně rozšířený. Tedy zástupně za jednotlivé aplikace, které na Internetu používáme. Částečně proto, že i práce, ze kterých čerpám, nakládají se slovem „internet” stejně a částečně proto, že pro zkoumání fenoménu memů je významné, že se vyskytují na síti dostupné velkému počtu uživatelů, méně pak, jakou aplikaci každý z nich využívá.

Internet je celosvětová počítačová síť, která je dnes mediálním středem celosvětové komunikace. „*V odborném žargonu to ještě k tomu znamená:*

---

<sup>13</sup> Některé sítě jsou s Internetem často zaměňovány. Pro uživatele není zcela podstatné, jakou síť využívá, neboť jejich funkce jsou si pro laika podobné. Dalšími počítačovými sítěmi jsou např. LAN (Local Area Network), HAN (Home Area Network), PAN (Personal Area Network) síť, intranet, extranet, darknet aj. Síť je možné dělit podle jejich rozlehlosti, způsobu spravování, či způsobu, jak jsou mezi sebou přístroje propojeny. Obecně lze říci, že každá ze sítí vymezuje určitou skupinu uživatelů.

<sup>14</sup> Computer network. Vlastní překlad: „*A computer network is a group of computer systems and other computing hardware devices that are linked together through communication channels to facilitate communication and resource-sharing among a wide range of users. Networks are commonly categorized based on their characteristics*”

*Internet sestává z:*

- *Množství počítačů,*
- *kteří používají stejný komunikační TCP/IP protokol,*
- *kteří jsou spolu nějak (přímo, nebo nepřímo) propojeni,*
- *na kterých se nabízejí, nebo využívají jisté služby,*
- *množství uživatelů, kteří mají k těmto službám přímý přístup z pracoviště, nebo také domova,*
- *množství dalších sítí, přístupných přes brány.*“<sup>15</sup>

Předchůdcem internetu byla síť vytvořená v padesátých letech jako armádní projekt Ministerstva obrany USA. Až v roce 1987 se objevil název „Internet“ a v roce 1991 byla vytvořena služba World Wide Web, díky jejímuž uživatelsky přátelskému prostředí došlo k masivnímu rozšíření.<sup>16</sup> World Wide Web, pro který se také používá označení „WWW,“ nebo zkráceně Web „je multimediální informační síť sítě Internet.“<sup>17</sup> Je to systém serverů, které umožňují zobrazení stránek obsahující hypertextové odkazy, díky kterým můžeme čerpat množství navzájem provázaných informací. WWW také umožňuje přímé zobrazení grafických obrázků a videosekvencí.<sup>18</sup> Zlomovým okamžikem pro vývoj Internetu byl vznik Webu 2.0.

Jako Web 2.0 označujeme etapu vývoje WWW od roku 2004. Hlavním rysem této etapy je, že na internetu začal vznikat tzv. uživatelem vytvořený obsah.<sup>19</sup> Jinými slovy uživatelé Internetu dostali možnost vytvářet vlastní obsah webových stránek. Internet tak začal být doopravdy interaktivní a význam sdílení tím dostal zcela nový rozměr.<sup>20</sup> Je diskutabilní, zda lze považovat Web 2.0 za plánovaný a promyšlený koncept rozvoje webu, či je to „pouhý“ přirozený vývoj, který byl pojmenován.<sup>21</sup> Ať už je pojem Web 2.0 šikovným marketingovým pojmenováním, či ne, jisté je, že různé služby a aplikace na internetu došly změn, které vedly k většímu zapojení uživatele. Typickými projevy Webu 2.0 jsou blogy, diskuzní fóra, Wiki stránky a sociální sítě.<sup>22</sup>

---

<sup>15</sup> NEUMANN, F, 2009, str. 345

<sup>16</sup> Srov. Ibid. Str 345 - 360

<sup>17</sup> WINKLER, Petr, 2009, str. 459

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> User-generated content

<sup>20</sup> Srov. O'REILLY, T. 2007.

<sup>21</sup> Srov. ANTOŠ, D. 2006.

<sup>22</sup> To ale neznamená, že před příchodem Webu 2.0 nemohl uživatel měnit obsah webu. Důležité je, že se vznikem nových aplikací začala být tato úprava daleko jednodušší a dále již od uživatele nevyžaduje technické vzdělání.

## 1.2 Virtuální realita<sup>23</sup>

V dnešní době lze úkony ještě nedávno vyhrazené sociální realitě čím dál tím s menšími obtížemi vykonávat i na internetu. Na internetu nakupujeme, vzděláváme se, hledáme zábavu, seznamujeme se. Zbývá již jen málo aktivit, pro které je nutný přímý osobní kontakt s druhým člověkem. Tyto aktivity jsou ale, přestože se odehrávají v kyberprostoru, pouze přenesením ekvivalentních aktivit ze sociální reality. Virtuální realita je chápána jako naše existence ve virtuálním světě. Toto slovní spojení je často používáno jako synonymum ke kyberprostoru. Jako koncept je to ale stoprocentní simulace sociální reality, kdy je reálný prostor nahrazen kybernetickým. Je to jakási vize, která je s rozvojem technologií a našim postupným přesouváním aktivit na síť postupně naplňována. Virtuální realita je vlastně vyústěním rozvoje kyberprostoru, který nakonec reálný prostor nahradí. Tato vize je ale pouze fikcí a je otázka, zdali se kdy naplní.

Vrátíme-li se na začátek této kapitoly a budeme-li chtít shrnout pojem kyberprostor, je jasné, jak kluzký je. „*Kyberprostor. Samotný název není technicky významný, synonymicky jsou používány i jiná pojmenování: Kybérie, Cyburbia, virtuální prostor, virtuální světy, dataprostor, Matrix, the digital domain, elektronická říše, informační sféra, Electropolis, Netropolis, virtuální realita, počítačové síť, Internet...*”<sup>24</sup> Pojem těžce uchopitelný a vždy navázaný na kontext, ve kterém ho používáme. Pro potřeby této práce bude účelnější a snad správnější obrátit se k výzkumu sociálních věd a od obcházení a definování kyberprostoru se zaměřit na kulturu, která jeho prostřednictvím vzniká. Následující kapitola se proto věnuje kyberkultuře a jejímu výzkumu, dále rozvíjí myšlenku způsobů chování a projevů mimo sociální realitu a existenci virtuálních společenství.

---

<sup>23</sup> STEUER, J, 1993.

<sup>24</sup> MOERE, Andrew Vende, 1998. Vlastní předklad: „*Cyberspace. The actual term is technically unimportant, as other phrases are often used synonymously: Cyberia, Cyburbia, virtual space, virtual worlds, dataspace, the Matrix, the digital domain, the electronic realm, the information sphere, Electropolis, Netropolis, Virtual Reality, computer networking, the Internet...*“

## 2. Kyberkultura

Kultura je jeden z nejobtížněji uchopitelných pojmů vůbec. Definicí je mnoho, a zároveň je tento pojem chápán trochu jinak každým člověkem. Podobně je tomu s kyberkulturou. Nejobecněji lze říci, že se jedná o kulturu, která je určitým způsobem propojená s „kybertématy”.<sup>25</sup> *„Označení kyberkultura bývá využíváno k pojmenování historických i současných hackerských subkultur, hnutí spojeného s literárním kyberpunkem a skupin uživatelů počítačových sítí. Uvedený pojem bývá uplatňován jako futurologická metafora pro budoucí či (dle proklamací) vznikající formy společnosti, transformované pokročilými informačními technologiemi (respektive jako termín ekvivalentní konceptům informační či síťové společnosti, respektive jejich kulturním rovinám). Zároveň slouží jako pojmenování kulturní praxe, spojené s využíváním ICT [informačních a komunikačních technologií], a v neposlední řadě také jako označení historické i aktuální reflexe a výzkumu nových médií.”*<sup>26</sup>

Kyberkulturu dělíme na tzv. ranou kyberkulturu a současnou kyberkulturu, zároveň existuje několik teoretických konceptů kyberkultury. V této kapitole stručně představím všechny koncepty podle toho, jak je dělí Jakub Macek a podrobněji se budu zabývat jen antropologickým konceptem.

### 2.1 Teoretické dělení kyberkultury

#### 2.1.1 Raná a současná kyberkultura

Již podle názvu by se dalo předpokládat, že raná kyberkultura historicky předchází současné, což je sice pravda, ale rozdíly mezi současnou a ranou kyberkulturou nejsou zdaleka jen časové. Jedná se o dva zcela rozdílné fenomény, *„rozmlženou historickou hranicí jen nejasně oddělené [...], z nichž první se podílel na vzniku druhého, ale které rozhodně nemohou být ztotožněny. Raná kyberkultura vyžaduje jiný způsob studia, jiný způsob reflexe, jiný způsob rozvahy, než kyberkultura současná.”*<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Macek, J. 2004, str. 1. „[...] tedy kybernetikou, pokročilými informačními technologiemi, digitální revolucí, kyborgizací lidského těla a podobně.”

<sup>26</sup> Macek, J. 2004, str. 2

<sup>27</sup> Macek, J. 2004, str. 7

## 2.1.2 Teoretické koncepty kyberkultury

### Utopický koncept

Utopický koncept je nejstarším pojetím a vychází hlavně z představy, že kyberkultura je budoucí, nastupující kultura informační společnosti. Koncept je tedy zaměřen spíše na vývoj, než na reflexi již existujícího. Utopický koncept se vyznačuje optimismem. Mezi nejvýznamnější teoretiky tohoto konceptu patří Pierre Lévy, který svoji utopickou kyberkulturu zasazuje do prostředí Internetu. Kyberkultura je podle něj synonymem změny, kterou s sebou přináší nová organizace vědění a způsob nakládání s informacemi.<sup>28</sup>

### Informační koncept

Margaret Moresová, zastánkyně informačního konceptu, popisuje kyberkulturu jako rovinu rozhraní mezi kulturou a technologií. Podle Moresové v informační společnosti dochází k odosobnění komunikace, která je nesena pouze digitálními daty. Člověk se ale potřebuje vyrovnat s tímto odosobněním, a proto vzniká „[...] *osobní, osobitá, subjektivitě otevřená rovina kulturního nakládání s technologií a digitalizovanou informací, rovina rozhraní mezi kulturou a technologií, znovuzapojující osobitost a imaginaci.*“<sup>29</sup>

### Epistemologický koncept

Cílem tohoto konceptu je od sebe oddělit výzkum nových médií a kyberkultury, které mohou splývat. Epistemologický koncept se snaží u kyberkultury o „[...] *studium rozličných společenských fenoménů, spojených s Internetem a dalšími novými formami síťové komunikace. Příkladem tohoto, co spadá pod kyberkulturní studia, jsou on-line komunity, on-line hraní multiplayerových her, otázka on-line identity; sociologie a etnografie používání emailu; využití mobilních telefonů v různých komunitách, otázka genderu a identity při využívání Internetu; a tak dále. ... Stručně shrnuto: kyberkultura se soustředí na společenské a síťové; nová média se soustředí na kulturní a počítačové.*“<sup>30</sup>

### Antropologický koncept

„Z antropologické perspektivy kyberkultura, jež se zrodila jako sekundární produkt moderních informačních technologií, představuje kulturní konstrukt, který má zásadní vliv na lidskou kulturu, sociální interakce, strukturu symbolického světa a sdílený způsob života lidí. Proto antropologové věnují zvýšenou pozornost vzájemnému ovlivňování virtuálního a reálného světa, sociokulturní komunikaci online, kyberprostorovému diskurzu, proměnám

---

<sup>28</sup> Ibid. Str. 16

<sup>29</sup> Ibid. Str. 18

<sup>30</sup> MANOVICH, L. 2013, str. 16 v MACEK, J. 2004, str. 21

*identity jedinců v kyberprostoru a důsledkům informačních a počítačových technologií pro život člověka v postmoderní kultuře a společnosti“.<sup>31</sup>*

## **2.2 Výzkum kyberkultury**

Jak vyplývá z těchto konceptů, výzkum kyberkultury probíhá na poli různých disciplín a není vůbec jednoduchý. Kyberprostorem, respektive kyberkulturou se zabývají vědy od informatiky po lingvistiku. Pro náš obor je ale důležitá kyberantropologie, která vznikla v devadesátých letech, a také výzkumná metoda kyberetnografie. Proto budu dále v práci užívat slova „kyberkultura“ ve významu, které nabývá z antropologického konceptu.

### **2.2.1 Kyberantropologie**

Podnětem pro vznik kyberantropologie byl zájem některých antropologů o moderní technologie. Když došlo v devadesátých letech k expanzi Internetu, povšimli si, že společenství, která díky propojení počítačovou sítí vznikla, vykazují rysy subkultur.<sup>32</sup> *„Předmětem kyberantropologie je zejména analýza a interpretace kulturně utvářených sítí informací a sdílených významů, jež jako specifický typ virtuální reality vznikají v průběhu interakce uživatelů kybernetických systémů“<sup>33</sup>*

Jako první vymezil kyberkulturu z antropologického hlediska Arturo Escobar ve své studii *„Vítejte v Kybérii: Poznámky k antropologii kyberkultury“*.

*„Cílem kyberantropologických výzkumů je přispět k pochopení diskurzů a praktik uživatelů počítačů a informačních technologií, analyzovat vztah mezi reálným prostorem a kyberprostorem a interpretovat fenomén kyberkultury jako specifický životní styl sdílený a předávaný příslušníky různých typů internetových subkultur.“<sup>34</sup>* Dalším z vlivných teoretiků kyberantropologie je David Hakken, který ve své publikaci *„Cyborgs@Cyberspace, An Ethnographer looks to the Future“* klade důraz na etnografický přístup ve výzkumu kyberkultury. Řeší otázku zúčastněného pozorování i emického a etického přístupu. Zatím ale nebyl sjednocen přístup ke zkoumání kyberkultury, a proto, jak shrnuje Klára Nádaská: *„je evidentní, že kyberkultura představuje relevantní oblast pro antropologický výzkum.“<sup>35</sup>*

---

<sup>31</sup> SOUKUP, V. 2010, str. 18

<sup>32</sup> Srov. SOUKUP, V, str. 15

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> SOUKUP, V. 2009, str. 33

<sup>35</sup> NÁDASKÁ, K. 2015, Str. 35



## 2.3 Obyvatelé kyberkultury

Ač je definování kyberkultury obtížné, společné všem konceptům je, že s sebou nese také skupiny lidí, kteří se v ní pohybují. Dalo by se říci, že i kyberkultura má své obyvatele. Zajímavě se s otázkou uživatelů technologií vyrovnává Marc Prensky, který přišel s konceptem digitálních domorodců a digitálních imigrantů.<sup>36</sup> Jakožto učitel si všimnul rozdílu, jakým mladší generace přijímá informace, jak s nimi nakládá a co je pro ni důležité oproti generaci starší. Tento rozdíl ale podle něho není pouze generační, je způsoben technologií, která na mladší generaci působila celý život. Lidi narozené po roce 1980 nazývá tzv. digitálními domorodci.<sup>37</sup> Tito domorodci se narodili v době, kdy již byly technologie rozšířené, prožili s nimi celý život a jejich „rodným jazykem“ je jazyk počítačů. Druhou skupinou obyvatel kyberkultury jsou potom digitální imigranti. Prensky se zabývá hlavně tím, jak se vyrovnat s rozdíly mezi nimi ve školním prostředí, kdy se imigranti (v roli učitelů) nedokáží udržet pozornost domorodců (žáků). Koncept je od té doby dále rozvíjen i v mnoha dalších odvětvích.<sup>38</sup>

Kromě výchovných a vzdělávacích problémů, či „výzev“, kterými se zabývá hlavně pedagogika, andragogika a psychologie, můžeme ve studiu těchto „obyvatel“ využít i etnografickou deskripci. Pro účel této práce to bude snad i správnější. Vzhledem k tomu, že kyberfolklor, který popisují v následující kapitole, je jedním z projevů této kultury, pojďme se seznámit s těmi, kdo ho tvoří.

Ze základních specifik digitálních domorodců bylo období narození po roce 1980. To je ale spíše orientační, důležité je, že člověk, kterého za tohoto domorodce považujeme, se narodil v prostředí, kde na něj celý život působila nová média a technologie. Typicky tedy sledoval televizi, od útlého věku pracoval s počítačem a bylo pro něj běžné pohybovat se na internetu. Tyto předpoklady vedou k určitému chování nejen v kyberprostoru, ale i v reálném životě těchto lidí. Domorodci jsou od narození zvyklí na velké množství podnětů a jsou schopni bezproblémového multitaskingu. Často se hovoří o tom, že toto neustálé zahlcení podněty vede až k poruchám pozornosti, že nejsou schopni dlouhou dobu vnímat a záměrně vyhledávají zjednodušené informační kanály.<sup>39</sup> Toto neustále propojení s kybersvěttem ovlivňuje i způsob jakým mluví, v hovoru je běžné, že užívají reference k počítačovým aplikacím.

---

<sup>36</sup> Z anglického „digital native“ a „digital immigrant“ Prensky, M. 2001

<sup>37</sup> V podobném významu se také můžeme setkat s označením generace Z, či digitální generace.

<sup>38</sup> Marketing, psychologie, sociologie, pedagogiky, antropologie

<sup>39</sup> Dávají například přednost článkům před knihami, z článků vybírají jen části, které je zajímají. Často článek odloží po přečtení perexu pokud je dostatečně nezaujme.

Opozičně k domorodcům jsou imigranti často starší generace, pro kterou jsou nové technologie něčím cizím. Využívají je jen pro nejnutnější úkony. Typický je strach z nespolehlivosti technologií, proto si například tisknou své e-maily a úzkostlivě si hlídají svoji anonymitu na síti.

Do této kultury je možné se enkulturovat, ale je to stejně obtížné, jako do kultur jiných. Prensky dokonce mluví o „přízvuku“ imigrantů. Ten se projevuje jako neobratné chování v kyberprostoru a nakládání s technologiemi. Obě skupiny obyvatel jsou samozřejmě různorodé a můžeme mezi nimi najít jak „zdatné imigranty“ tak „nešikovné domorodce.“ Jak uvádí Prensky *„Metafora digitální domorodce/digitální imigrant neřeší, co lidé vědí či dokáží s technologií. Každý se to tak či onak musí naučit. Vztahuje se spíše k jejich kultuře a postojům“*<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Prensky, M. Vlastní překlad: „*The Digital Natives / Digital Immigrants metaphor is NOT about what people know, or can do, with technology. Everyone has to learn in one way or another. It's more about culture and attitudes.*“

### 3. (Kyber)folklor

Folklor je celkem široce definovaný, můžeme ho nalézt všude tam, kde dochází k interakcím mezi lidmi. Pokud budeme uvažovat o kyberprostoru jako o prostoru pro takové interakce, nutně z toho vyvozujeme, že je folklor k dohledání i zde. Folklor na internetu byl ale dlouhou dobu opomíjen a jeho studium folkloristy začíná být na vzestupu až v posledních letech.<sup>41</sup> Dlouhou dobu byl folklor brán jako výhradně lidový žánr, byl považován za něco jednoduchého a pokleslého. To je ale značně zavádějící. Dnes víme, že folklor se vyskytuje ve všech společenstvích bez ohledu na věk či sociální postavení nositelů.<sup>42</sup> Takové společenství může vzniknout také v kyberprostoru.<sup>43</sup> Hlavním důvodem, proč se folkloristé dlouhou dobu folkloru na internetu nevěnovali, může být předpoklad, na kterém staví většina z nich, a tím je potřeba interakce z očí do očí pro předávání folklorních forem.<sup>44</sup> I ostatní charakteristiky folkloru jsou virtuálním prostředím přetvořeny. Ne všichni folkloristé však internet zatracovali. Alan Dundes, americký folklorista, který působil na Kalifornské univerzitě v Berkeley, již v 80. letech předpokládal, že do budoucna bude technologie hrát významnou roli pro transmissi folkloru. „*Technologie folklor nevytlačuje; spíše se stává živým faktorem přenosu folkloru a vytváří poutavý zdroj inspirace pro generaci, která se setkává s novým folklorem. Rozšíření počítačů symbolizuje dopad technologií v moderním světě. Tím chci říci, že existuje folklor počítačů a o počítačích.*”<sup>45</sup>

Pro budoucí zkoumání folkloru byly významné Dundesovi výzkumy tzv. Xeroxloru, které uskutečňoval s Carlem R. Pagterem.<sup>46</sup> Jeho studie, které redefinují charakteristiku folkloru a legitimizují také tištěné formy, jsou významné dodnes. Na jejich podkladě pokračuje výzkum psaných forem a dnes vede i k bádání v počítačových sítích. To začíná jako srovnávání existujících forem folkloru, které se transformují do virtuální reality.

---

<sup>41</sup> V posledních několika letech rapidně vzrůstá zájem mladých folkloristů. To by mohlo být způsobeno dorůstáním generace digitálních domorodců. Na rozdíl ve vnímání komunikace kyberprostoru mladšími lidmi upozorňuje ve své studii Marian Domokos (2014). Podle ní je dokonce internet místem, kde se generace narozená v 80. letech s folklorem setkává primárně.

<sup>42</sup> Srov. BOGATYREV, P, 1971, str. 43-44

<sup>43</sup> Malina, 20XZ <http://is.muni.cz/do/1431/UAntrBiol/el/antropos/slovník.html>

<sup>44</sup> Face-to-face interaction

<sup>45</sup> BACKE, Emma Louise, 2014: Vlastní překlad: „*technology isn't stamping out folklore; rather it is becoming a vital factor in the transmission of folklore and it is providing an exciting source of inspiration for the generation of new folklore. The rise of the computer symbolizes the impact of technology upon the modern world. My point is that there is folklore of and about the computer*”

<sup>46</sup> Xeroxlore je psaná forma folklor, která se šíří pomocí kopírování stránek s textem

### 3.1 Virtuálního versus reálný prostor a folklor<sup>47</sup>

Výzkum folkloru tradičně probíhá ve třech oblastech - těmi jsou žánr, tradice a způsob předávání.<sup>48</sup> Všechny tyto oblasti jsou ale v reálném a virtuálním světě rozdílné a je potřeba nastavit teoretický rámec, jak je bude možné porovnávat. Nejjednodušší analogie lze vyhledat mezi žánry, kterým věnuji i část této kapitoly.

Problematika definování toho, co můžeme považovat za „tradiční“, se netýká pouze kybersvěta. Pro studium moderního folkloru se musíme oprostit od původního chápání společenství jako skupiny lidí blízkých si geograficky. Daleko důležitější je společné sdílení zájmů. Blízkost fyzická, dříve důležitá pro samotnou komunikaci, je nahrazena možností stejné rychlé komunikace zprostředkované moderními technologiemi. Takto se vyjadřuje Alan Dundes o společenstvích, která tvoří folklor: *„Jakákoli skupina lidí, která sdílí alespoň jednu společnou zálibu. Není zcela důležité jaká tato záliba je - může to být stejné zaměstnání, jazyk, nebo náboženství - ale důležité je, aby tato skupina, ač zformovaná z jakéhokoli důvodu měla tradice, které bude nazývat vlastními.“*<sup>49</sup> Tato skupina ale již nemusí být oním lidem, jemuž byl folklor dříve prisuzován. Tato skupina může být také internetovým fórem, nebo hráčskou komunitou. Pokud vyjdeme z Dundesova předpokladu, společenství s vlastními tradicemi a folklorem dnes díky vývoji technologií mohou vzniknout i v kyberprostoru.

Posledním z důrazů při výzkumu folkloru je způsob šíření. Kdo folklor vytváří, jakým způsobem ho předává a jak ten poté variuje. Toto je možná nejobtížněji srovnatelné s orálním folklorem. V anonymitě kyberprostoru si nemůžeme být nikdy jisti, s kým jsme právě ve spojení, ani co vede jednotlivce k tomu, aby folklorní formy sdílel dál. Pokud bychom chtěli svůj výzkum zaměřit na tyto „kyber-vypravěče“, narazíme na problém stylizace vypravěče. Budeme-li provádět výzkum online, nemůžeme nikdy zjistit, jak se vypravěč doopravdy chová. Otázkou je, zdali, je to důležité, jestli nezáleží pouze na tom, jak vystupuje v kyberprostoru.<sup>50</sup> Mimo tento problém lze o transmissi *„Všeobecně [...] předpokládat, že folklor na Internetu má*

---

<sup>47</sup> Srov. MCNEILL, Lynne S. The End of the Internet: A Folk Response to the Provision of Infinite Choice. In BLANK, Trevor, J. 2010

<sup>48</sup> Srov. MCNEILL, Lynne S. And the Greatest of These Is Tradition: The Folklorist's Toolbox in the Twenty-First Century (pp. 174-185). In BLANK, Trevor J. 2013

<sup>49</sup> DUNDES, Alan, 1965, str 1-3. Vlastní překlad: *„any group of people whatsoever who share at least one common factor. It does not matter what the linking factor is – it could be a common occupation, language, or religion – but what is important is that a group formed for whatever reason will have some traditions which it calls its own“*

<sup>50</sup> Stejně tak v reálném světě dochází ke stylizaci vypravěče. Pokud se zabýváme vypravěčským stylem, analyzujeme ho na základě folklorní performance. (Srov. PISKAČOVÁ, M. 2013) Projev v kybersvětě je také folklorní performance, při jejímž rozboru se poté musíme zaměřit na výrazové prostředky psaného projevu respektive na grafické prostředky využitě ve vyprávění. Také ostatní kategorie analýzy se promění: jako místo, kde vyprávění probíhá, budeme sledovat internetovou platformu. Jako příležitost, či motivaci vyprávění je nutné sledovat širší sociální kontext apod.

*schopnost rychlejšího a rozsáhlejšího šíření, dostane se k exponenciálně většímu počtu příjemců v exponenciálně kratším čase, než jaký by typicky vyžadovalo předávání osobním kontaktem. To je částečně způsobeno rozostřením mezi lidovými způsoby šíření a způsoby masových medií.*”<sup>51</sup>

Elliott Oring v publikaci *Folk Culture in the Digital Age* navrhuje tři způsoby, jakými konceptualizovat folklor na Internetu:

- 1. Folklor je produktem tradiční a umělecké komunikace, která se objevuje v ústním podání, sociální interakci a postupně se přesunula na Internet.*
- 2. Folklor nevzniká jedinečným procesem sociální interakce „z očí do očí.” Vzniká na webu způsoby analogickými těmto procesům. To předpokládá, že tradice existující na webu, nebo umělecká komunikace jsou vlastní skupinám, které existují právě na webu.*
- 3. Folklor je neoficiální, či lidová kultura World Wide Webu. Je to kultura rozdílná od kultury korporátní, byrokratické, vládní, či jiné institucionalizované kultury, která existuje v kyberpostoru.*<sup>52</sup>

Z výše uvedeného plyne, že pro folklor v kyberprostoru je třeba brát do úvahy sociální interakce tak, jak probíhají v prostředí kyberkultury. „*V soudobé folkloristice komunikace prostřednictvím Internetu a jinými formami dorozumívání umožněnému technologií poskytla, navzdory prvotním obavám, široký prostor pro vznik a šíření folkloru.*”<sup>53</sup> Vzhledem k tomu, že masivní rozšíření komunikačních technologií učinilo virtuální sociální interakce zástupné těm reálným, je třeba se věnovat jejich specifikům, ale je zbytečné dále zpochybňovat analogie těchto procesů.

---

<sup>51</sup> MCNEILL, Lynne S. And the Greatest of These Is Tradition: The Folklorist's Toolbox in the Twenty-First Century (pp. 174-185). In BLANK, Trevor J. 2013. Vlastní překlad: „In general, it can be assumed that folklore on the Internet has the ability to move faster and spread farther, reaching an exponentially larger audience in an exponentially shorter time than face-to-face transmission would typically require. This is due, in part, to the blurring of folk and mass-mediated means of transmission.”

<sup>52</sup> ORING, Elliott Oring, Jokes on the Internet: Listing toward Lists. In BLANK, Trevor J. 2009. Vlastní překlad: „1. *Folklore is the product of traditional or artistic communications that emerge in oral, face-to-face interactions in society that then move onto the Internet.* 2. *Folklore is created by processes not unique to face-to-face social interaction. It is created on the web through means analogous to those processes. This presumes that web-based traditions or artistic communications are wrought in web-situated groups.* 3. *Folklore is the unofficial or vernacular culture of the World Wide Web. It is a culture distinct from the corporate, bureaucratic, governmental, or other institutional cultures that inhabit cyberspace.*“

<sup>53</sup> MCNEILL, Lynne S. And the Greatest of These Is Tradition: The Folklorist's Toolbox in the Twenty-First Century (pp. 174-185). In BLANK, Trevor J. 2013. Vlastní překlad: “*In contemporary folklore studies, communication via the Internet and other forms of technological mediation has—in spite of initial concerns to the contrary—provided a vast arena for the formation and proliferation of folklore;*“

### 3. 2 Kyberfolkloristika? Terminologie výzkumu folkloru na internetu

Zároveň s pokusy definovat folklor zprostředkovaný novými technologiemi je na místě se pozastavit nad terminologií. Není totiž zcela jasné, jak správně bychom měli takový folklor nazývat. Cizojazyčná literatura je v pojmenováních bohatá a kromě toho, že e-folklor není zatím jasně vymezen, neexistuje ani jednotná terminologie. Tento problém se může zdát jako čistě lingvistický, především pro mezinárodní studium by byla jednotná terminologie jistě zjednodušením. Lze předpokládat, že s postupným komplexnějším výzkumem k jejímu sjednocení dojde.

Dnes se můžeme setkat s termíny „online folklore,” „digital folklore,” „computer-lore” „computer-mediated folklore,” „electronic folklore,” „e-folklore,” „e-lore,” „netlore,” „netfolklore,” „internet folklore.”

Pro studium jako takové osobně navrhuji pojmenování „kyberfolkloristika” a „kyberfolklor” jako nadřazený pojem ostatním popisným pojmenováním. Pojem „kyberfolkloristika” odkazuje ke kyberprostoru a kyberkultuře, které, jak bylo vysvětleno, jsou obsažnější, než pouhý internetový svět. Navíc ctí logiku vzniku pojmu „kyberantropologie.” Ostatní již existující pojmenování se buďto jasněji vymezí a budou pokrývat určitou část tohoto kyberfolkloru, popřípadě se užívat přestanou. Jak rychle se terminologie sjednotí bude ale záležet na významu, který kyberfolklor bude nabývat v dnešní folkloristice.

Tato nesjednocená terminologie se také odráží v mé bakalářské práci. Vzhledem k citování se v textu objevují všechny z názvů, které jsem jmenovala výše. Prozatím jsou ale termíny záměnné, a proto není nutné zde každý z pojmů definovat.

### 3.3 Druhy kyberfolkloru

Elektronický folklor můžeme celkem jednoduše rozdělit na folklor týkající se internetu respektive technologie a folklor na internetu. Tyto dvě základní skupiny bych dále rozdělila do konkrétnějších druhů.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Srov. HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014.

## Folklor týkající se internetu

Skupiny lidí, kteří se prací s technologiemi zabývají, samozřejmě také tvoří společenství. Tato se vyskytují jak v reálném světě, tak v tom virtuálním. Na mysli mám společenství ajťáků, hackerů, geeků. Populární je také zkoumání folkloru hráčů a tzv. fandomů. Toto jsou skupiny, které jsou utvořené díky kybertechnologii, ale ne nutně se vždy vyskytují v kybersvětě. Činnost, kterou vykonávají, a je spojená s technologií, je pro ně pojítko, na základě kterého existují, ne nutně by to ale musel být právě např. počítač. Tím chci říci, že folklor týkající se internetu vytvářejí specifické subkultury, jimž je charakteristický právě zájem o kybertechnologie.

## Folklor na internetu

Jednou z výjimečných vlastností internetu je možnost propojení lidí navzdory jejich sociální realitě. Tyto skupiny jsou potom schopny samy generovat vlastní folklorní projevy podobně jako se tomu děje v sociální realitě. Rozdíl oproti skupinám, které tvoří folklor týkající se internetu je prostý - tato společenství by bez existence kyberprostoru nemohla vzniknout. Přitom jejich zájem může být velice všední. Jak popisuje Lynn McNeill, tato společenství vznikají tak, že například „[...] místní skupina mladých matek může mít webové fórum, kde sdílejí odkazy a posílají si obrázky. Samozřejmě i matka, která je odjinud, může fórum najít a chtít se připojit. A nebo dokonce nikdy ani žádná místní, fyzická skupina neexistovala - možná, že společenství založila matka, která se cítila osamělá a hledala radu a přátele.”<sup>55</sup> Nezvyklé na těchto spojeních je hlavně to, že fungují přesto, že sociální realita každého ze zapojených uživatelů může být diametrálně odlišná. Na základě své vlastní virtuální identity jsou lidé schopní se připojit do společenství, ve kterém by nemuseli v reálném světě obstat.

## 3.4 Folklor na internetu

Pokud se zaměříme na prostředí internetu, jakožto nejrozšířenější a nejvyužívanější počítačové sítě na světě, tážeme se, kde zde můžeme jednotlivé folklorní narace najít. Hlavně s rozvojem Webu 2.0 můžeme rozdělit dva rozdílné způsoby vzniku a umístění jednotlivých narácí. Jsou jimi „uživatelé vytvořený obsah” (UGC – user generated content) a CMC – „computer mediated communication.”

---

<sup>55</sup> McNEILL, L. 2013, str. 82 Vlastní překlad: „[...] local group of young mothers might have a Web forum where they share Web links and post pictures. Of course, nonlocal moms might find that Web forum and want to join in, too. Or maybe there wasn't ever a local, physical group that met in person—maybe the group was started online by a mom who felt isolated and wanted to seek out advice and camaraderie.”

### **3.4.1 Uživatelé vytvořený obsah**

Pod tímto pojmem chápeme texty, které jsou vytvořené jedním uživatelem a jsou na internetu vyvěšené, aniž by přímo do nich mohli zasáhnout ostatní uživatelé. Jedná se typicky o blogy, či webové stránky, které často slouží jako archiv mnoha folklorních útvarů. Na webových stránkách jsou uchovány hlavně delší folklorní útvary, jakými jsou třeba legenda a pohádka. Příkladem mohou být webové stránky Creepypasta.com,<sup>56</sup> kam mohou internetoví uživatelé přidávat hororové příběhy.

### **3.4.2 CMC**

CMC, neboli Computer Mediated Communication, česky počítačem zprostředkovaná komunikace, je druhý způsob, jakým se objevuje folklor na internetu. Rozdíl oproti UGC je, že díky CMC je možná okamžitá výměna informací a do jisté míry také autentická reakce.<sup>57</sup> Uživatelé si navzájem vyměňují hlavně kratší útvary, popřípadě mohou odkazovat na delší texty hypertextovými odkazy. CMC probíhá díky těmto prostředkům:

#### **E-mail**

Dnes má e-mail již blíže k dopisům, výměna e-mailů většinou neprobíhá v reálném čase. Často je považován za jakýsi „oficiální komunikační kanál,“ který je využíván pro komunikaci např. se zaměstnavatelem, či úřady. Pro folklor v e-mailové komunikaci jsou zcela typické řetězové dopisy. Vzhledem k tomu, že tato aplikace je z výčtu CMC, který předkládám, nejstarší, také výzkum kyberfolkloru začínal zde.

#### **Diskuzní fóra**

Diskuzní fóra jsou prostorem, kde často dochází k odkazování na další informační zdroje. Diskuzní fóra jsou většinou tematicky vymezená. Jedná se buďto o fóra, která jsou přímo navázaná na určitý obsah (např. novínovému článku), nebo existují v rámci webových stránek, zabývajících se jedním tématem a umožňují uživatelům na toto téma diskutovat.

---

<sup>56</sup> Dostupné z: <http://www.creepypasta.com/>

<sup>57</sup> Autentická ve smyslu, jaký může mít slovo „autentický“ ve virtuálním světě. Jako autentickou emotivní reakci můžeme v psané konverzaci považovat grafické prostředky, kterých se nám dostává. Většinou jsou takto využívána interpunkční znaménka, kapitálky, emotikony, memy. Srov. VOOLAIID, Piret, 2013. a TUCKER, Elizabeth, From Oral Tradition to Cyberspace: Tapeworm Diet Rumors and Legends. In BLANK, Trevor J. 2009



## IM

Zkratka IM znamená „Instant messaging,” což je způsob okamžité komunikace. IM umožňuje sledovat, zda jsou ostatní uživatelé online a být s nimi ve spojení, psát jim, také posílat soubory a jinak komunikovat (videohovory, přenos hlasu). Předání zpráv probíhá během několika milisekund. Předávání zpráv v reálném čase je nejdůležitější rozdíl a hlavní výhodou oproti e-mailové komunikaci.

## Sociální sítě

Je služba na internetu, která zaregistrovaným uživatelům umožňuje komunikaci. Tato komunikace probíhá v reálném čase a mimo psané komunikace často nabízí také možnost sdílení obrázků, či videí. Nejrozšířenější sociální sítí je v dnešní době Facebook, dalšími jsou například Twitter, Youtube či Ask.fm.<sup>58</sup>

### 3.5 Žánry kyberfolkloru na internetu

Některé z folklorních žánrů se na internetu dobře uchytily. Jiné tam nenalezneme, zato ale existují takové, které se vyskytují pouze v elektronické podobě. Společné žánrům, které se staly úspěšnými, je, že „[...] obsahují jednoduchou informaci řetězového typu se sociálním, politickým, náboženským, nebo etickým tématem [...]”<sup>59</sup> Studium žánrů v digitálním prostředí není jednoduché i kvůli tomu, že v kyberprostoru dochází k vytváření a zároveň přijímání obsahu těmi samými komunitami. „Využívání sociálních medií proměnilo internet v prostředí k aktivnímu zapojení. Publikum se změnilo a z těch, kteří informace vyhledávali a přijímali, se stali těmi, co je zároveň vytvářejí a podílí se na nich sdílením svých myšlenek, video klipů, obrázků a osobních vzpomínek.”<sup>60</sup> Tím dochází k neustálým proměnám, které jsou podníceny různými popudy. Kyberprostor nabízí takové množství komunikačních kanálů, že je obtížné snažit se kyberfolklor „uzavírat“ do žánrů. Chtěla bych představit tři žánry, které jsou zajímavé. První svým vycházením z orálního folkloru, druhý svým masivním rozšířením v poslední době a poslední svojí specifičností, kvůli které jsme se tématem folkloru v kyberprostoru začala zabývat.

---

<sup>58</sup> Na sociálních sítích většinou dochází k další z forem CMC: Facebook nabízí IM, Twitter, Youtube fungují v podstatě jako diskuzní fórum apod.

<sup>59</sup> KÕIVA, Mare a Liisa VESIK, 2009, str. 109. Vlastní překlad: „[...] include simple chain information types that involve painful social, political, religious and ethical topics.”

<sup>60</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str. 4. Vlastní překlad: „The use of social media has made the internet a setting for active involvement. The audience has grown from information seekers and consumers into producers and participants, who share their own thoughts, video clips, images and personal memories.”

### 3.5.1. Vtipy

Vtipy se na internetu vyskytují v různém prostředí. Mohou se objevit v e-mailu na diskuzních fórech, lidé si je vyměňují při chatování, ale i jinde.<sup>61</sup>

Díky psané podobě jsou vtipy na internetu specifickými zástupci svého žánru. Nejedná se o pouhý přepis těch, které můžeme slyšet v ústním podání. Psaný projev limituje možnosti vypravěčského principu, avšak nabízí jiné. Vtipy tak podle výzkumu Elliotta Oringa absentují uspořádání „hráč a scéna“ a reakce „posluchače“ přichází se zpožděním, a proto se vtipy transformovali. Jedním z důvodů, proč je Internet tak oblíbený, je jeho interaktivita a možnost využívat vizuálních prostředků. Proto podle Oringa vtipy často využívají grafických možností písma a pro vtipy, které se šíří po internetu je typický výčet. Oring zkoumal vtip o faráři a jeho prvním kázání. Jeho českou verzi zde příkládám. V ústním podání by pravděpodobně úspěšný nebyl, je moc dlouhý, nemá velkou gradaci. V internetovém prostředí jsou ale právě takové vtipy oceňovány. Psaná podoba umožňuje si ho číst vícekrát a může tak být oceněna každá drobnost.<sup>62</sup>

*Nový farář byl před svým prvním kázáním tak nervózní, skoro ani nemohl mluvit. A tak se zeptal přítomného arcibiskupa, co má dělat, aby se uvolnil. Ten mu poradil: „Kápněte si do vody trochu vodky, uvidíte, že po pár hltech budete trochu klidnější“.*

*Farář poslechl a skutečně, cítil se tak dobře, že by dokázal mluvit ve vichřici. Po bohoslužbě se vrátil do sakristie, kde našel lístek od arcibiskupa:*

*Vážený Otče, příště si nalijte vodku do vody, ne vodu do vodky. V dalším připojuji pár poznámek, aby se neopakovalo to, co jsem viděl na dnešní mši.*

- Na okraj kalicha není nutné dávat kolečko citrónu.
- Ty kabinky v boční lodi jsou zpovědnice, ne toalety.
- Snažte se neopírat obraz Panny Marie, a už vůbec ji nemusíte objímat a líbat.
- Máme 10 přikázání, ne 12.
- Apoštolů bylo 12, ne 7, a žádný z nich nebyl trpaslík.
- Našeho Pána, Ježíše Krista a Jeho Apoštoly nenazýváme JC & His Boys.
- Svatému Kříži neříkáme Velký Těčko.
- David porazil Goliáše prakem a kamenem, není pravda, že by ho dojebal.
- Jidáše neoznačujeme za z\*urveného zmr\*a.

---

<sup>61</sup> Srov. ORING, Elliott Oring, Jokes on the Internet: Listing toward Lists. In BLANK, Trevor J. 2009

<sup>62</sup> Srov. Ibid.

- *Otec, Syn a Duch Svatý nejsou Fotr, Junior a Strašidlo.*
- *Svěcená voda je na požehnání, nikoliv na osvěžení zátylku.*
- *Nikdy se nemodlete vsedě na schodech před oltářem.*
- *Hostie nejsou chipsy, tedy je nepřikusujeme k vínu, ale rozdáme věřícím.*
- *Věřící vhazují příspěvky do pokladničky dobrovolně, nápis: "Vaše spropitné můj plat" je tedy na pokladničce zcela zbytečný.*
- *Hříšníci půjdou do pekla, ne do p\*či.*
- *Při otčenáši je možno zvedat ruce k nebesům, ale ne se kývat do vlny.*
- *Vaši iniciativu, aby si všichni přítomní zatancovali, hodnotím kladně, ale dělat vláček po celém kostele, to tedy nemusíte.*

*Na konci modlitby říkáme Amen a ne Šlus a z kazatelny se chodí po schodech, nejedí se po zábradlí!*

*DŮLEŽITÉ: Ten, co seděl v koutě u oltáře, a o kterém jste tvrdil, že to je buzík v sukni a transvestita bez mejkapu, to jsem byl já. Doufám, že do příští neděle tyto nedostatky napravíte. Jinak, na první kázání to bylo celkem dobré.*

Zdroj: [http://www.ftipky.org/vtipy/nabozenske/6124\\_novy-farar-byl-pred-svym-prvnim.html](http://www.ftipky.org/vtipy/nabozenske/6124_novy-farar-byl-pred-svym-prvnim.html)

### 3.3.2. Řetězové dopisy

Řetězové dopisy se předávají již po staletí a jsou žánrem psaného folkloru. Řetězové dopisy se od 90. let šíří hlavně e-mailem, dnes se také objevují na sociálních sítích, např. ve formě obrázku s varovným sdělením. Existují různé druhy těchto dopisů, často vyžadují aktivitu po příjemci, která podmiňuje budoucí události. Typicky vyžadují, aby příjemce dopis poslal dále, to mu zajistí slávu, štěstí, či ho to ochrání před smrtí, v závislosti na tom, o čem e-mail je. „S rozvojem nových elektronických médií se staly značně populárními také varovné či „výherní“ řetězové dopisy, vžilo se pro označení „hoaxy“ (z anglického hoax – podvod, mystifikace, fáma).“<sup>63</sup> Takovýto varovný e-mail příkládám jako příklad.

---

<sup>63</sup> POHUNEK, J. VOTRUBA, A. JANEČEK, P. 2014, Str. 8

Obrázek 1 Řetězový dopis: Pozor vir - velmi nebezpečný VIR !!



Zdroj: E-mailová schránka autorky

### 3.5.3 Memy

U memů není zcela jasné, zda se jedná o žánr jako takový, je to spíše fenomén obsahující několik folklórních forem. Jisté je, že mem je hustě oblíbený prostředek komunikace. „*Mem je důležitý pro digitální folklor, protože je ojediněle najít skupinu digitálních domorodců, kteří by neznali alespoň koncept toho, co mem je a většina z nich může většinou jmenovat několik svých oblíbených. Ten samý mem může existovat v různých verzích, které spadají do rozdílných kategorií digitálního folkloru.*“<sup>64</sup>

Jakožto předmětu této bakalářské práce memu věnuji následující kapitoly.

<sup>64</sup> BACON, J. 2011. Vlastní překlad: „*The meme is important to digital folklore because it is rare to find any group of digital natives that do not know at least the concept of what a meme is, and most can usually name several of their favorite memes. A single meme can lend itself to versions of itself that fall into various different categories of digital folklore*“

## 4. Mem, memetika a internet

*„Gen bude v mé tezi sloužit jako analogie a nic víc.“ Richard Dawkins*

Není mem jako mem. Dnes se toto slovo hojně užívá ve spojení s obrázky, které můžeme nalézt na Internetu. Jeho původní význam je ale velice odlišný od toho, jak ho v kontextu internetového memu vnímáme. Pojmenování vychází z řeckého slova „mimema“ což znamená „napodobovat.“ Pojmenoval ho tak britský biolog Richard Dawkins.<sup>65</sup> Dawkinsův mem je koncept, jež rozvíjí věda memetika. Internetový mem je výrazový prostředek kyberkultury a věnuji mu následující kapitoly. Než se k internetovým memům dostaneme, s respektem k historickému vývoji se zmíním o memetice, jako vědě, která se memy zabývá.

### 4.1 Memetika

V roce 1976 napsal Richard Dawkins knihu *Sobecký gen*. Jednu z jejích kapitol věnoval vlastnímu konceptu tzv. memu. Mem je podle něj jednotka kulturní informace, která má schopnost se replikovat tak, jako je tomu u genů. „*Příklady memů jsou písně, nápady, chytlavé fráze, móda v odívání, způsob výroby hrnců nebo stavby oblouků. Stejně jako se geny rozmnožují v genofondu přeskokováním z těla do těla za pomoci spermií nebo vajíček, tak se memy rozmnožují v memofondu (meme pool) přeskokováním z mozku do mozku procesem, který můžeme v širším smyslu nazvat napodobováním.*“<sup>66</sup> Dawkins v Sobeckém genu naznačil, co to memy jsou, jakým způsobem probíhá replikace memů a jak jsou tyto memy důležité pro člověka. Dále se jeho konceptu ujali jiní a 80. letech americký vědec Douglas Hofstadter ustanovil memetiku, jakožto vědu vycházející z Dawkinsova konceptu. Teoretiků memetiky není mnoho a tato věda je od svého založení kritizována hlavně proto, že „mem“ jako její stěžejní koncept, není schopna definovat a jednotliví autoři předkládají protichůdné teorie.<sup>67</sup>

Teorie memů podle Suzan Blackmoreové vychází z principů biologické evoluce. Podle memetiky se memy šíří, zanikají a mutují stejně jako geny. Podle zákonů přírodního výběru, jsou některé z nich odsouzeny k zániku. Podle Blackmoreové je: „*Pro memy [...] nesporně*

---

<sup>65</sup> Vysvětlení zkrácení jména na mem Richardem Dawkinsem působí až komicky. „*Mimem*“ pochází z vhodného řeckého slova, ale dal bych přednost jednoslabičnému pojmu, který by zněl podobně jako gen. Doufám, že mi moji klasicky vzdělaní přátelé odpustí, když to zkrátím na mem. Pokud je to nějak utěší, můžeme je považovat za odvozené od slova „memory“ (paměť), nebo z francouzského slova *méme*. Mělo by být vyslovováno tak, aby se rýmovalo se slovem *gen*.“ (Dawkins, R. 1998. Str. 78)

<sup>66</sup> Dawkins, R. 1998, str. 78

<sup>67</sup> Srov. Heřt J. 2006, str. 1

charakteristická variabilita, žádný příběh se nevypráví dvakrát po sobě přesně stejnými slovy, žádné dvě budovy nejsou k nepoznání identické a každý rozhovor dvou osob je unikátní – a kdykoli je mem předán, dochází při kopírování k jeho obměnám.“<sup>68</sup> Memy mají být replikátory informací, které existují v našich myslích a mezi nimi se šíří. O jejich úspěšnosti jednak rozhoduje lidská přirozenost, která memy selektuje, a za druhé faktory, které nazývá „obecné faktory memetické evoluce.“ Výzkum těchto faktorů má být jedním z polí působnosti memetiky.<sup>69</sup>

Přes svoji kontroverzi dokázala memetika zasáhnout řadu věd, jak přírodních tak humanitních. Americká folkloristka „*Monica Foote [...] pobízí k využití memetiky při studiu folklóru, ale zdůrazňuje, že tyto dvě oblasti nejsou záměnné: Záběr studia memetiky je mnohem širší než u folkloristiky vzhledem k tomu, že všechno, co vzniklo imitací, do ní spadá, na rozdíl od materiálu, který se shoduje s úzkou definicí tradičnosti a patří folklóru. To znamená, že všechny folklór se skládá z memů, ale ne všechny memy jsou folklórem*“<sup>70</sup>

Memetika se zmítá mezi kritikou a občasným vzestupem zájmu. Jejích teoretiků je ale stále poskrovnu. Původní Dawkinsův koncept působí jako zajímavý nápad biologa, který se snaží aplikovat svoji znalost i na poli určeném pro humanitní vědy a v kritických zhodnoceních většinou neobstojí.<sup>71</sup>

## 4.2 Mem a internetový mem

Jak jsem vysvětlila mem podle Richarda Dawkinse a internetový mem jsou dvě zcela odlišné věci. Internetový mem je fenomén, který se objevil na internetu, ale rozhodně není tímto myšlenkovým produktem, o kterém teoretizoval Dawkins. Není zcela jasné (a hlavně dohledatelné), jak se stalo, že se specifické internetové obrázky začaly nazývat memy. Snad se to stalo proto, že stejně jako Dawkinsovy memy se i ty internetové šíří, replikují a obměňují. Zdá se, že tato záhada zůstane skryta v anonymitě kyberprostoru.

Internetové memy jsou různorodou skupinou výrazových prostředků, které vytváříme a sdílíme pomocí počítačových programů. Objevují se ve formě obrázků, videí a textu. Jejich

---

<sup>68</sup> Blackmoreová, S. 2001, str. 17

<sup>69</sup> Srov. Ibid.

<sup>70</sup> MCNEILL, Lynne S. The End of the Internet: A Folk Response to the Provision of Infinite Choice. In BLANK, Trevor, J. 2010. Vlastní překlad: „*Monica Foote, in an article on avatar images in online communities, encourages the use of memetics in folklore study, but she does caution that the two areas are not interchangeable: The scope of study of memetics is much wider than that of folklore, as anything whatsoever created by imitation falls within the purview of it, rather than just that material which fits the narrower definitions of traditionality and belonging to the folk. That is to say, all folklore is made up of memes, but not all memes are folklore.*“

<sup>71</sup> Srov. Chichas. 2010.

tvůrcem i příjemcem může být kterýkoli uživatel internetu. Internetové memy se šíří hlavně pomocí e-mailové korespondence a sdílením mezi uživateli sociálních sítí. Memy se začaly šířit na sítích jakými je *4chan* a *reddit* a přetvářeny severy jako je *FunnyJunk*, *Cuánto Cabrón*, a *9gag*. Velkou popularitu získali na sociálních sítích Instagram, Facebook a Twitter.<sup>72</sup>

Po tom, co jsem udělala lehký úkrok stranou a uvedla, jaký je rozdíl mezi memem, jak ho uvažuje memetika a internetovým memem se budu zabývat internetovým fenoménem, kterým jej raději nazývám, než žánrem. Také budu vynechávat před slovem mem přívlastek „internetový“, ale nadále již se nebudu vracet k prvotnímu významu slova mem.

Každý, kdo se aktivně pohybuje na internetu, memy jistě zaznamenal, i když třeba nevěděl, že se o mem jedná. V dalších kapitolách budu popisovat to, jaké memy existují - jaké jsou jejich znaky, s příklady také uvedu jednotlivé žánry a navrhnu funkce memu.

---

<sup>72</sup> Srov. <http://knowyourmeme.com/memes/memetic-communication>

## 5. Mem jako folklorní forma

Nebylo by správné uvažovat o memu jako o samostatném žánru kyberfolkloru vzhledem k tomu, že se jedná o více projevů sociálních interakcí v kyberkultuře,<sup>73</sup> které spolu sice sdílejí jednotné charakteristiky, avšak jsou navzájem tak odlišné, že je nelze společně zkoumat. Proto je příhodnější považovat internetový mem za fenomén, jehož žánry či typy se nadále proměňují.<sup>74</sup> Tak jako ostatní folklorní formy, i memy nabývají různých významů, funkcí a ty se liší pro jednotlivce i pro komunity. „*Hlavně mezi internetovými uživateli mem, jako emický termín, odkazuje na virální obsah, jakým je photoshoplore, video klipy, vtipy, gesta, výrazy obličejů a fráze, které se rozšířily a nabyly na popularitě.*“<sup>75</sup>

Vzhledem k tomu, jak rozsáhlý je kyberprostor, lze jen obtížně určit, kdy přesně se začaly memy ve významu výše popsaném na internetu šířit. Jisté je, že obrovskou popularitu získaly po roce 2004 s příchodem Webu 2.0. Za nejstarší internetový mem je často považován videoklip „Dancing baby“ také známý jako „Cha-Cha Baby“,<sup>76</sup> který se objevil v roce 1996 a lidé si ho navzájem přeposílali e-maily. Zcela netypicky je známý autor této animace, který o svém klipu prohlásil: „*Ukázal jsem ho několika lidem a jeden z nich mě požádal, abych mu ho poslal e-mailem. Asi za týden jsem slyšel od několika kolegů, že ta animace putuje e-mailem naší firmou... a pak o něco později jsem slyšel, že některým přišla znovu od někoho, kdo ve firmě nepracoval, od někoho, kdo žije na druhé straně země. Od té doby se šířila rychle po internetu a stal ze z ní tenhle zvláštní fenomén.*“<sup>77</sup> Dancing Baby nezůstalo pouze v e-mailových schránkách. Klip začal být přejímán a upravován, měnily se pohyby dítěte, hudba, do které tancovalo, a také prostředí, ve kterém tancovalo.<sup>78</sup> Klip se tak začal chovat, jako jiné folklorní

---

<sup>73</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str. 7

<sup>74</sup> Relativně rychlý vznik nových žánrů je pro kyberkulturu typický, hlavně díky neustálému propojení s masovými médii, která lidovou kulturu vždy ovlivňovala. Jak zmiňuje Limor Shifman, právě proto je výzkum internetových žánrů zajímavý. Digitální kultura představuje spojení mezi žánry vytvářenými "svrchu" masovou kulturou a těmi, které vychází z lidové kreativity. (Srov. Shifman, L. 2015)

<sup>75</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str. 6 Vlastní překlad: „*As an emic term especially among internet users, meme refers to viral contents, such as various forms of photoshoplore, video clips, jokes, gestures, facial expressions and verbal phrases, which have gained a wide distribution and popularity*“

<sup>76</sup> Srov. I Awesome, Mercer, A., dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/dancing-baby>

Klip je k dohledání na adrese: <https://www.youtube.com/watch?v=-5x5OXfe9KY>

<sup>77</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str. 6. Vlastní překlad: „*I showed it to a few people and one of them asked me to forward it to them in e-mail. A week or so later I heard from fellow employees that the animation was traveling through the company via e-mail... then a bit later, I heard people say they had received it back again from people outside the company, across the country. From that it quickly traveled to the internet and became the strange phenomenon that it was.*“

<sup>78</sup> Srov. Dancing Baby cha-chas from the Internet to the networks <http://edition.cnn.com/TECH/9801/19/dancing.baby/index.html>



formy v reálném světě, lidé začali mít zájem na tom ho sdílet s ostatními, a zároveň mu dodávali trochu ze své vlastní invence. Tím se stal z něj objekt lidové tvořivosti.<sup>79</sup>

## 5.1 Charakteristika memu

V devadesátých letech mohl jen málokdo předpokládat, že to, co se stalo s videem tančícího dítěte, bude o dvacet let později běžné pro podobně bizarní obrázky a stane se zájmem výzkumů. Již tehdy totiž videoklip Dancing Baby naplňoval znaky, na základě kterých internetové memy rozeznáváme dnes. Podle Anne Heimo a Kaariny Koski<sup>80</sup> se internetový mem vyznačuje třemi charakteristikami. Heimo a Koski tvrdí, že mem se musí šířit virálně, nabýt popularity a musí tendovat k replikování.

### Virálnost

Slovo „virál“, jak se používá v češtině, je odvozeno z anglického „viral“, které je odvozena od slova virus, což má znamenat, že se tyto „virály“ šíří podobně jako viry – rychle a intenzivně. Většinou jsou spojené s velkou popularitou, originalitou a zajímavostí šířeného materiálu. *„Zásadou virálu obecně je, že vzniká náhodně, stejně jako virová epidemie nemusí mít logický důvod. Nelze si zkrátka naplánovat, že se příspěvek stane extrémně populárním.“*<sup>81</sup> Správný mem je „virál“, který je sdílen pomocí internetových aplikací.

### Popularita

Mem by měl být populární, což je spojené i s ostatními charakteristikami – virální šíření je spojené jen s populárním obsahem. *„Michele Knobel a Colin Lankshear analyzovali devatenáct internetových memů, hlavně videoklipů, které byly populární mezi internetovými uživateli, a také se objevili v médiích. Našli tři charakteristiky, díky kterým mem nabýval na větší popularitě[...].“*<sup>82</sup> Je tedy možné do určité míry ovlivnit, zda se mem stane populárním. Těmito třemi charakteristikami jsou: vtip, či zábavnost, intertextualita a nezvyklá juxtapozice.<sup>83</sup>

---

<sup>79</sup> Dodnes existují webové stránky, na které jejich autoři uložili různé varianty tohoto video klipu. Dostupné z: <http://www.dancing-baby.net/BabyMus1.htm>

<sup>80</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014.

<sup>81</sup> <http://www.viralsvet.cz/co-je-viral/>

<sup>82</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str. 7 Vlastní překlad: *„Michele Knobel and Colin Lankshear analysed nineteen online memes, mostly video clips, which were particularly popular among internet users and had also been reported in broadcast media. They found three patterns of characteristics that were likely to add to the meme's popularity [...].“*

<sup>83</sup> Srov. Ibid.

## Tendence k replikování

Toto je společné všem folklorním formám. Lidé pro velkou oblibu stejný motiv opakují a zároveň upravují podle svých možností a také vzhledem ke kontextu, ve kterém jej chtějí užít. Proto se můžeme setkat s několika variantami té samé pohádky, či nalézáme několik variant toho samého memu. Motiv zůstává stejný, může se ale stát, a stává se, že postupným předáváním dojde zcela ke změně funkce či významu, který měl mem původně.

## 5.2 Typy

Jak jsem uvedla na začátku této kapitoly, existuje několik typů memů. S příklady zde uvedu čtyři typy dnes hojně užívané. Do budoucna je možné, že vznikne nový typ memu či se spíše začne zařazovat mezi memy takový výrazový prostředek, který nabyde jejich charakteristik.

### 5.2.1 Text<sup>84</sup>

Z orálního folkloru známe drobné folklorní žánry. Mezi ně řadíme dnes třeba i „hlášky.“<sup>85</sup> Svůj ekvivalent mají i na internetu. Mem z nich vytvoří znak # díky kterému se hláška změní v hypertext a vznikne tzv. hashtag. Hashtag je slovo, sousloví, nebo věta (psaná bez mezer), které jsou označeny symbolem # a využívají je uživatelé sociálních sítí. „*Hashtagy se začaly používat na chatovacích serverech, názvy jejich "chat roomů" všechny začínaly symbolem křížku následované jménem tématu.*“<sup>86</sup> Hashtag zpopularizovala v roce 2007 síť Twitter, na které mohli uživatelé díky hashtagům jednoduše filtrovat obsah. Hashtag začal být postupně používán jako možnost pro přiložení důrazu na určité slovo, či větu. Některé z těchto hlášek se staly populárními a stejný hashtag začal být sdílen velkým množstvím uživatelů.

Jako příklad lze uvést #tbt. Jedná se o zkratku anglického „Throwback Thursday.“ Tento hashtag začali hlavně uživatelé Instagramu používat k označení svých fotek z minulosti potom, co se označení „Throwback Thursday“ zpopularizovala firma Nice Kicks, v rámci propagace retro tenisek.<sup>87</sup> Hashtag #tbt se stal označením něčeho starého, retro, zapomenutého a je používán ve chvíli, kdy chce vypravěč zdůraznit, že se jedná o takovou informaci.

---

<sup>84</sup> Srov. Hashtag. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/hashtag>

<sup>85</sup> POHUNEK, J. VOTRUBA, A. JANEČEK, P., 2014.

<sup>86</sup> Hashtag. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/hashtag> Vlastní překlad: The use of hashtags began on IRC networks, whose chat rooms all begin with a hash symbol followed by the topic name.

<sup>87</sup> Throwback Thursday Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/throwback-thursday>

### 5.2.2 Obrázek

V Angličtině jsou obrázkové memy nazývány „photo-based memes“ – memy vycházející z obrázku. Tyto memy již byly popsány v rámci folkloristiky jako „photoshopelore“.<sup>88</sup> Jedná se o celkem jednoduchý princip úpravy fotky.

Tyto memy jsou nejčastěji spojovány s tím, co si pod pojmem „mem“ každý vybaví, s nimi se o tomto fenoménu začalo mluvit a díky nim začal být zkoumán. Obrázky často nedosahují vysoké estetické kvality, dokonce někdy působí, že se estetice záměrně vyhýbají.

Původně byl photoshopelore závislý na zručnosti toho, kdo ho produkoval, to je ale dnes zjednodušeno díky různým webovým „generátorům“ memů.<sup>89</sup> Umožňují velice jednoduše obrázkový mem upravit, či vytvořit zcela nový. Tvůrcem tak může být kdokoli s přístupem k internetu. Typicky se jedná o obrázek doplněný o několik slov, či větu. Obrázek má zdůraznit a zkontextualizovat sdělení. Může se jednat o jeden obrázek, či sérii. Např. u charakteru „forever alone guy“ sledujeme mem, jako jednotlivý obrázek a mem jako sérii čtyř obrázků.

#### *Forever alone guy*

Obrázek 2 GIRLFRIEND Y U NO EXIT?!



Zdroj:

<http://knowyourmeme.com/photos/251072-forever-alone>

Obrázek 3 forever alone



Zdroj:

<http://www.memecenter.com/fun/897461/y-u-no-forever-alone>

<sup>88</sup> DOMOKOS, Marian. 2014.

<sup>89</sup> Např. <http://www.troll.me/>; <http://memegenerator.net/>

### 5.2.3 GIF<sup>90</sup>

*„Animovaný GIF je grafický formát, pomocí něhož je možné realizovat animace 2D. Pomocí speciálního softwaru je možné vytvořit z řady jednotlivých obrázků animaci. Takto vzniklé filmy se vyznačují malou velikostí, a jsou proto mnohostranně použitelné, zejména na Internetu“<sup>91</sup>*

Formát GIF byl vyvinut v roce 1987 a vzhledem ke svojí malé kvalitě by bylo logické, kdyby byl vytlačen ostatními formáty. V posledních letech ale znovu získává na popularitě.<sup>92</sup> Memy ve formátu GIF jsou často sekvence zachycující prožitek emoce, který je, ale nemusí být, okomentován textem. Smyčka animace trvá jen několik vteřin a neustále se opakuje.

Obrázek 4 GIF: „Když se mě naši ptají, jak to vidím s titulem“



Zdroj: <http://pisudiplomku.tumblr.com/post/82229441405/kdy%C5%BE-se-m%C4%9B-na%C5%A1i-ptaj%C3%AD-jak-to-vypad%C3%A1-s-titulem>

<sup>90</sup> Srov. <http://knowyourmeme.com/memes/subcultures/gif>

<sup>91</sup> Winkler, P. 2009, str. 138

<sup>92</sup> Podle statistik vyhledávání ve vyhledávači Google, od roku 2011 vyhledávají internetoví uživatelé heslo „gif“ čím dál tím častěji. Zdroj: <http://www.google.com/trends/explore?hl=en-US#q=gif,jpg,png,flv>

#### 5.2.4 Virální video<sup>93</sup>

Virální video je video, které se stalo populárním a je sdíleno online. „*Virální videa můžeme rozdělit do mnoha kategorií, mezi kterými jsou hudební videa, skeče a amatérská domácí videa.*“<sup>94</sup> Jedním z nejznámějších memů posledních let vůbec bylo video „Harlem shake“, které se na internetovém serveru YouTube objevilo začátkem roku 2003 a získalo v krátkém čase nebývalou popularitu. Kromě šíření originálního videa také začaly vznikat nové verze.<sup>95</sup> Během jednoho týdne bylo na YouTube nahráno 4000 nových verzí, do dvou týdnů jich již bylo 13 000.<sup>96</sup> Dalším známým memem ve formě videa je například video „Star Wars kid“, nebo „Numa numa.“<sup>97</sup>

### 5.3 Vytváření a šíření memu

„*A to je folklorní stránka věci. Jednotlivé druhy umělecké, expresivní produkce, do které se může zapojit každý.*“<sup>98</sup> Říká ve své přednášce Lynn McNeill, když vysvětluje, co zahrnujeme do folkloru. Memy jsou dosažitelné pro každého, jak jsem již dříve zmínila, díky technickému pokroku a jednotlivým programům, jež může každý využít. Takovéto programy umožňují vytvořit každý z typů memů aniž bychom museli znát grafické programy, či programovací jazyky. Tím pádem se vytváření memů stává dostupným „komukoli z lidu“ a součástí lidové tvořivosti

#### 5.3.1 Replikování

Replikování je jednou z charakteristik memu a obecně je to také společný znak slovesného folkloru, kde ho nazýváme tradováním. Během svého replikování si memy zachovávají stejný znak, ale odlišují se provedením. Na základě tohoto společného znaku sledujeme varianty podání. „*Odkazováním k dalším dobře známým memům, tvůrce nové verze*

---

<sup>93</sup> Srov. <http://knowyourmeme.com/memes/viral-videos>

<sup>94</sup> Ibid. Vlastní překlad: „*Viral videos can be divided into a number of categories, including music, sketches, and amateur home movies*“

<sup>95</sup> Děj samotného klipu je jednoduchý – jeden člověk, nebo několik málo lidí, tančí, zatímco okolí se věnuje běžné činnosti. Na těchto tanečnicích je poznat, že se do prostředí nehodí (jsou zvláštně oblečeni, mají rekvizity). Při změně rytmu se k tanci přidá okolí. V alternativních verzích je zachována stejná hudba, ale vždy se mění prostředí, kde se děj odehrává. Klip sám o sobě nemá jinou než zábavnou funkci. Viz např. <https://www.youtube.com/watch?v=3R8HGsbI4QY>

<sup>96</sup> Ibid.

<sup>97</sup> Srov. <http://knowyourmeme.com/memes/numa-numa> a <http://knowyourmeme.com/memes/star-wars-kid>

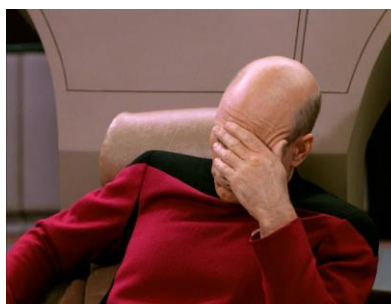
<sup>98</sup> McNEILL, Lynne, 2015 Folklore doesn't meme what you think it memes. 3m 58s. Vlastní překlad: „*That's the folk culture side of things. The types of artistic, expressive, cultural production that everyone is capable of engaging in*“

ukazuje svoji obeznámenost s tradicí [...]. Tudíž participace na širším fenoménu je sociální aktivitou.“<sup>99</sup>

V této tištěné práci uvádím příklady obrázkových memů neboť na nich můžeme nejjednodušeji vidět proměny jednotlivých variant. U obrázkových memů dochází buďto k obměnám obrázku nebo textu. U populárního memu „facepalm“ sledujeme vizuální podobnost – jedná se o stejné gesto, to je však zasazeno do jiného kulturního kontextu. Mem „philosoraptor“ si naopak zachovává stejný vzhled, ale mění se sdělení, které nese.

### Facepalm

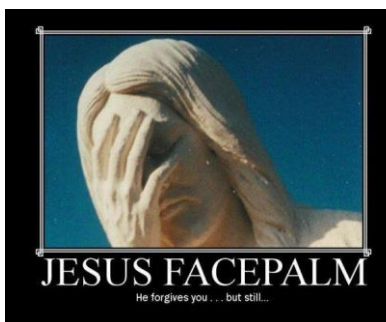
Obrázek 5 Picard facepalm



Zdroj:

<http://imgur.com/gallery/iWKad22>

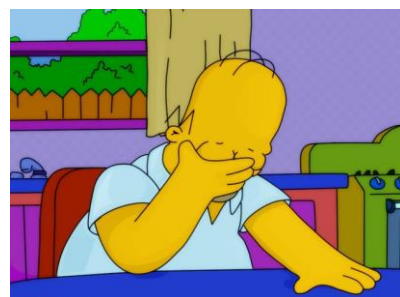
Obrázek 6 Jesus facepalm



Zdroj:

<http://catholicmemes.com/memes/jesus-facepalm/>

Obrázek 7 Homer facepalm

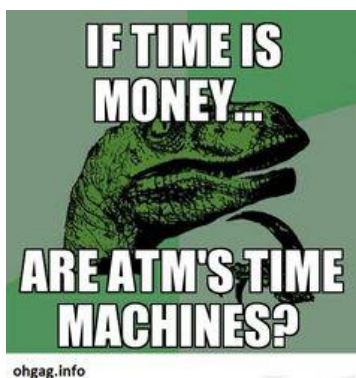


Zdroj:

<https://mundabor.wordpress.com/2013/10/06/repubblica-interview-and-explaining-the-obvious-relativism/facepalm-homer-simpson/>

### Philosoraptor

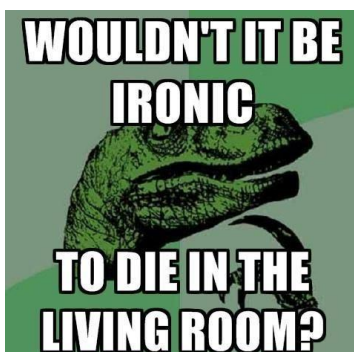
Obrázek 8 Philosoraptor time machines



Zdroj:

<https://www.pinterest.com/vivek02/5/philosoraptor-think-about-it/>

Obrázek 9 Philosoraptor to die in the living room



Zdroj:

<http://lifepopper.com/2015/01/13/lol-philosoraptor-memes/>

Obrázek 10 Philosoraptor afros in Africa



Zdroj:

<https://www.pinterest.com/claudia spins/the-best-of-philosoraptor/>

<sup>99</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str 7. Vlastní překlad: „*Memes can be used to point at social injustice or to make political arguments. However, the same meme can serve as entertainment [...]. By referring to other well-known memes, the makers of new versions show their knowledge of the tradition [...]. Thus, participation in a wider phenomenon is a social activity.*“



## 6. Mem jako folklórní podání

Ve všech předchozích kapitolách jsem postupně představovala memy a prostor, ve kterém je můžeme najít. V závěrečné kapitole se zbývá zaměřit na folklórní podání memu, na význam, který memy jako folklor mají.

### 6.1 Funkce memů

*„Nepoužívej v memu moc textu. Smyslem memu je předat myšlenku co nejstručněji. Obrázek v pozadí má poskytnout pochopitelný kontext a slova mají přenášet jednoduché sdělení. Nicméně pokud mem obsahuje moc textu, začne být pro čtenáře obtížný. Myšlenky, které jsou jednoduše pochopitelné a jednoduše vyjádřené se budou snadněji šířit, než ty komplexní, které k pochopení vyžadují úsilí. Pokud zjistíte, že přečtení vašeho memu trvá déle než několik vteřin, pak váš nápad pravděpodobně není vhodný pro toto médium.“*

Obrázek 11 Don't put too much text in your memes



Zdroj: <http://www.quickmeme.com/meme/3u8qlu>

Jasně – stručně – výstižně, to by mohl být také klíč k rozpoznávání memů. Přestože se memy mohou zdát jako triviální forma komunikace, svoji funkci mají. Jak zdůrazňuje Petr Bogatyrev: „Pro folkloristiku jsou podstatné ne vznik a existence pramenů, které leží mimo

*oblast folklóru, nýbrž funkce výpůjčky, výběr a transformace vypůjčené látky.*“<sup>100</sup> Proto je důležité zabývat se tím, k čemu mem společenství slouží.

Lidová slovesnost se vyznačuje množstvím funkcí. Bohuslav Beneš popisuje 26 různých, které dělí na estetické a mimoestetické.<sup>101</sup> Tyto funkce lze podle Beneše vzájemně kombinovat a tím je možné pečlivě popsat každou naraci. „*Memy mohou poukazovat na sociální nerovnost, nebo vyjadřovat politické názory. Ten samý mem může sloužit jako zábava[...]*“<sup>102</sup> Také u memů musíme počítat s polyfunkčností každého podání. Tři následující funkce shledávám jako nejvýznamnější pro tyto žánry kyberfolkloru.

### **6.1.1 Amusantní funkce**

„Musí je to bavit, jinak nevím, proč by to dělali.“ Podobnou větu řeknou třeba moji rodiče, nebo jiní digitální imigranti, kteří o memu slyšeli poprvé, až když jsem jim o nich řekla. A je to pravda. Amusantní (zábavná) funkce je i podle Bohuslava Beneše jednou z nejdůležitějších funkcí folkloru. Důvod, proč se začal šířit mem Dancing Baby byl pravděpodobně takto jednoduchý, příjemce si otevřel e-mail, u videa se zasmál a chtěl se o tento kousek zábavy podělit se známými a poslal ho dál. I takto jednoduše lze o memech uvažovat, mají nás pouze pobavit. Lynn McNeill zdůrazňuje,<sup>103</sup> že ač se mem může zdát jako triviální či nedůležitý, neseriózní a čistě jen pro pobavení, i takový vypovídá o společenství. V rozboru se u něj musíme zaměřit na motivace vypravěče k jeho předkládání.

### **6.1.2 Mem jako newslore**

Russel Frank pojmenoval folklor vázaný na novinové zprávy „newslore.“ Takovýto folklor reaguje na aktuální dění a přetváří ho lidovou tvořivostí. V memu jsou vyjádřeny postoje a názory „kybervypravěče,“ který komentuje nastalou situaci.<sup>104</sup> Memy jsou často tímto newslorem. Jejich funkce je potom částečně informativní a částečně ideologická.

Jako příklad můžeme uvést video „Hitler reacts,“ také známe jako „Downfall“ do češtiny překládáno jako „Hitler se dozvěděl“. Jedná se o scénu z filmu Pád třetí říše (v originále Der Untergang, anglicky Downfall), kde se Hitler dozví o nemožnosti ofenzivy a rozčiluje se

---

<sup>100</sup> BOGATYREV, P. 1971, str. 42

<sup>101</sup> BENEŠ, Bohuslav. 1979, str. 49-51

<sup>102</sup> HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014, str 7. Vlastní překlad: „*Memes can be used to point at social injustice or to make political arguments. However, the same meme can serve as entertainment [...]. By referring to other well-known memes, the makers of new versions show their knowledge of the tradition [...] Thus, participation in a wider phenomenon is a social activity.*“

<sup>103</sup> McNEILL, Lynn. 2015. Folklore doesn't meme what you think it memes.

<sup>104</sup> Srov. HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI, 2014.



nad tím. Scéna je doplněna o titulky, které se vztahují k některé aktuální události. V českých verzích můžeme najít videa jako např. „Hitler se dozvěděl o výsledku voleb v ČR“, <sup>105</sup> či „Hitler se dozvěděl, že zavřeli činoherák“. <sup>106</sup> Memy jako newslore předávají jiným způsobem informaci o události, jsou citově podbarveny postoji jejich tvůrce.

### 6.1.3 Integrační funkce

Mem může být také způsobem, jakým dáváme vědět o tom, že „víme, která bije.“ Že jsme součástí určité komunity a umíme se v ní pohybovat. Tímto způsobem se může komunita vymezovat vůči ostatním a tato vlastnost pomáhá k její soudržnosti. Není totiž samozřejmé, že každý obrázek, video či hláška se na internetu udrží a dojde ocenění. To je podobné jako v reálném světě - některé vtipy jsou lepší, než jiné. Tím, že dokážeme použít, vytvořit či přetvořit mem, který je úspěšný, dokazujeme, že jsme schopni chápat a žít v této kyberkultuře.

## 6.2 Mem jako internetová performance

Kromě toho, že mem můžeme chápat jako funkční prostředek komunikace, je také důležité zmínit, že mem může být prostředkem výrazovým. „[...] *výzkum digitálního folkloru se často zaměřuje na dvě spolu spřízněné důrazy: text a způsob šíření před performancí a digitální technologií jako media vytvořeného pro komunikaci spíše než media vytvořeného pro performanci.*“ <sup>107</sup>

Pokud uvažujeme o zákonitostech folklorní performance, nalézáme paralely mezi tím, co se děje v reálném světě a tím, jak se chováme za použití memů. Každý vypravěč se snaží zaujmout svoje publikum dostupnými prostředky, v reálném světě jsou to gesta, způsob přednesu, také výběr situace pro vyprávění. <sup>108</sup> Na internetu jsou tato skryta. Naše gesta nikdo nevidí, hlas neslyší a text zůstává na webu neustále, takže neovlivníme v jakou chvíli se „publikum“ k vyprávění dostane. Co ale můžeme ovlivnit, je to, jak náš text bude působit. Proto svoje vyjadřování na internetu obohacujeme o interpunkční znaménka či emotikony.

Memy přináší nové možnosti pro internetovou performanci. Mem svojí podstatou jednoduchého, vizuálně zajímavého objektu má schopnost získat pozornost čtenáře. S ohledem

<sup>105</sup> Ke shlédnutí: <https://www.stream.cz/vtipky-a-srandicky/790754-hitler-se-dozvedel-o-vysledku-voleb-v-cr>

<sup>106</sup> Ke shlédnutí na: <https://www.youtube.com/watch?v=8JmApMQkaZU>

<sup>107</sup> BUCCITELLI, A.B. Performance 2.0 Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore. In BLANK, Trevor J. 2012. Vlastní překlad: „[...] *work on digital folklore has often taken two related foci: text and transmission rather than performance and digital technology as a medium for communication rather than a site for performance.*“

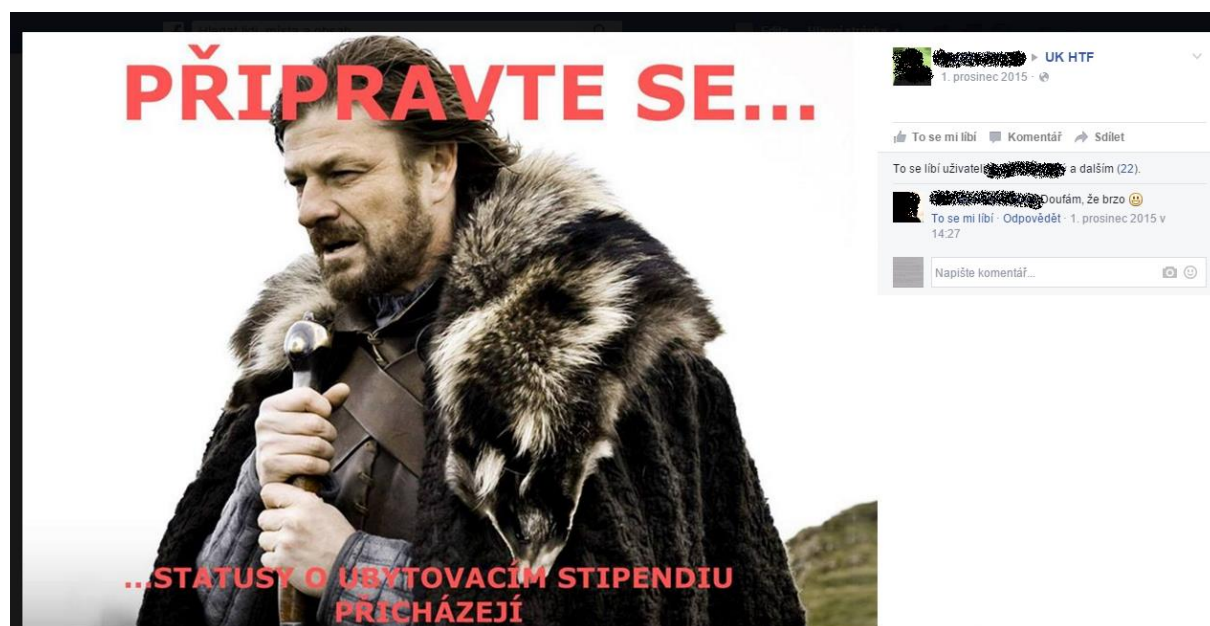
<sup>108</sup> Srov. BASCOM, William, 1954, Four Functions of Folklore, BENEŠ, Bohuslav, 1979, Úvod do folkloristiky, PISKAČOVÁ, Michaela, 2013, Vypravěčství jako případ současné slovesné tvorby.

na sdělení můžeme vhodným výběrem memu podpořit jeho význam a dodat emoční příznak. To jsou všechno prvky, které obsahuje dobrá performance. Jak se vyjádřil Anthony Bak Buccitelli, folkloristé by se měli také zaměřovat na kyberprostor jako na místo internetové performance, která v něm nesporně existuje.<sup>109</sup>

### 6.3 Analýza folklorního podání

Ne každý z memů, který vznikne, se stane úspěšným. Ty, které ano, ale stojí za to zkoumat, protože tak jako jiných druhů slovesného folkloru, právě ty předávané nám vypovídají o stavu společnosti. Proto předkládám analýzu jednoho z populárních memů ve variantě, ve které jsem se s ním setkala, a tím navrhuji, jakým způsobem je možné provádět pasportizaci a analýzu internetového folkloru.

Obrázek 12 Připravte se... statusy o ubytovacím stipendiu přicházejí



#### Text

Připravte se...

...statusy o ubytovacím stipendiu přicházejí

#### Kontext

<sup>109</sup> BUCCITELLI, A.B. Performance 2.0 Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore. In BLANK, Trevor J. 2012.

- a) Narátor: M.P., muž, věk 20-25let, studující v Praze
- b) Lokalita: facebooková skupina „UK HTF,“ dostupná z: <http://www.facebook.com/groups/43004939089/?fref=ts>. Skupina je dostupná pouze registrovaným uživatelům sítě Facebook. Obsah mohou vidět všichni uživatelé sítě.
- c) Datum a čas vzniku: 1.12.2015  
Datum a čas sběru: 1.12.2015, 19.30
- d) Kontext vypravěčské situace: Spontánní příspěvek oznamuje budoucí událost. Reakce na období vyplácení ubytovacích stipendií, nelze určit přímou motivaci ke sdílení memu.
- e) Přibližná doba trvání obeznámenosti narátora s textem, odkud narátor slyšel daný příběh: Nelze určit.

### Analýza

Předložený mem reaguje na vyplácení ubytovacích stipendií. Motivace k jeho sdílení mohlo být vyplácené ubytovací stipendium, popřípadě oznamovací e-mail. Funkce memu je informativní.

Jedná se o českou verzi původně anglickojazyčného memu „Imminent Ned“, také známého jako „Brace yourself“. Mem „Imminent Ned“ se objevuje od roku 2011. Původní verze textu zní „Brace yourself winter is coming“ (Připravte se, zima přichází). Odkazuje na televizní seriál Hra o trůny, ve kterém je věta „Winter is coming“ mottem jednoho ze šlechtických rodů. Pilotní díl tohoto seriálu také nesl název „winter is coming“, a produkční firma využívala tohoto motta pro propagační účely.<sup>110</sup>

### Původní mem

Obrázek 13 *Brace yourself winter is coming*



Zdroj: <http://media.moddb.com/images/groups/1/17/16767/brace-yourself.jpg>

<sup>110</sup> Srov. Zipodybop 2012 a MScratch 2015. Imminent Ned/ Brace Yourself, winter is Coming. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourself-winter-is-coming>

## Varianty

Obrázek 14 Brace yourself posts about bracing yourself are coming



Obrázek 15 Brace yourself midterms are coming



Zdroj: <http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourself-winter-is-coming>

Obrázek 16 Připravte se beer challenge videa zahlcuji zed'



Zdroj:

<http://media.makeameme.org/created/priprave-se-beer.jpg>

Obrázek 17 Připravte se Ordinace v růžové zahradě přichází



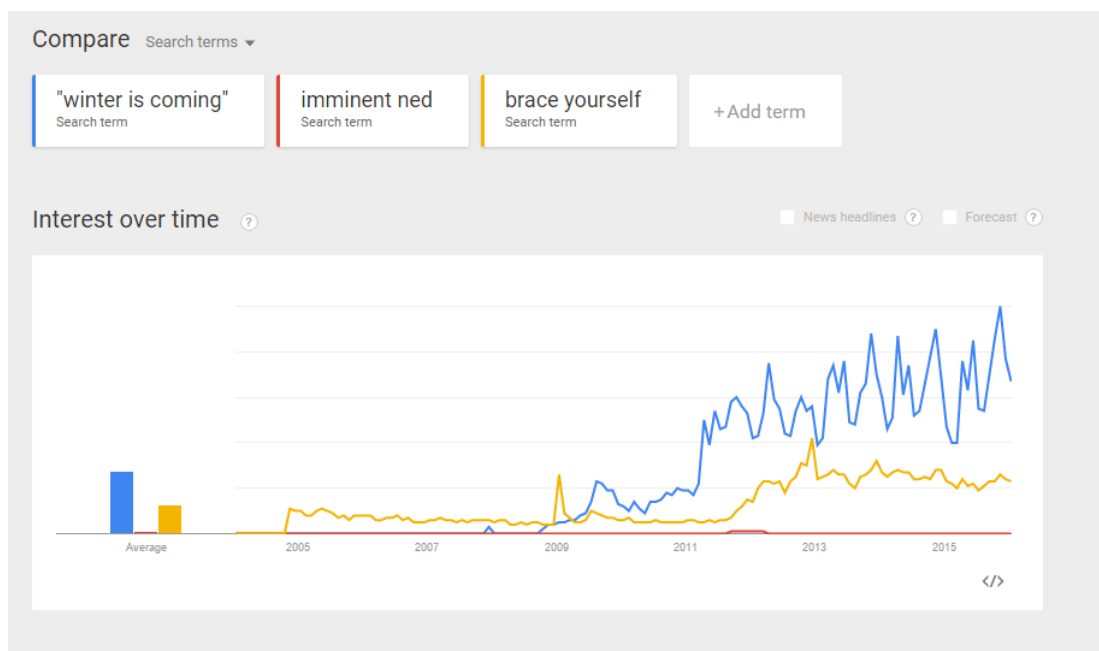
Zdroj:

<http://cdn.meme.am/instances/500x/60068597.jpg>

Od té doby je mem hustě využíván a variuje textem. V grafu sledujícím trendy vyhledávání na Google můžeme pozorovat vzrůstající zájem o slovní spojení „winter is coming“, „brace yourself“ od roku 2009 do současnosti.<sup>111</sup>

<sup>111</sup> Graf znázorňuje popularitu vzhledem vyhledáváním jiných termínů. Graf neudává počet zadaných vyhledávání. Stoupající křivka znamená zvýšenou popularitu ve vyhledávání ale ne zvýšený počet jednotlivých vyhledávání.

Graf 1 Google trends: "winter is coming", imminent ned, brace yourself



Zdroj: <http://www.google.com/trends/explore?hl=en-US#q=%22winter%20is%20coming%22%2C%20imminent%20ned%2C%20brace%20yourself&cmpt=q&tz=Etc%2FGMT-1>

## Závěr

V závěru nezbývá než shrnout, čím práce přispěla do výzkumu folkloru. Postupným popisováním jsem vymezila prostor, ve kterém můžeme nové formy folkloru na internetu hledat. Jako studovaná látka mi posloužily populární internetové memy, jež jsem definovala na podkladě četby. Tato práce je samozřejmě jen stručným příspěvkem, který ani neměl ambici podrobné analýzy.

Memy i celý kyberfolklor, jsou stále na začátku výzkumu. Nebo se na začátek neustále vracejí se vznikem dalších komunikačních prostředků. Sama jsem ve svojí práci popsala pouze základní charakteristiky memů, ale vidíme mnoho dalších specifických rysů, které si zaslouží pozornost. Takovými jsou například jejich nechutná estetika, zvláštní jazyk, vzájemné provázání a provazování. Pokud bychom se měli vrátit k tradičnějšímu výzkumu, můžeme se také pokusit opustit kyberprostor a odhalit motivy, které vedou jednotlivce k vytvoření memu. Jak to, že stejný mem je úspěšný napříč kulturami, či se zabývat tím, jak se projevují v reálném světě.

Další prostor pro jejich studium rozhodně zůstává otevřen a stejně jako ostatní folklor ani kyberfolklor pravděpodobně nezanikne, a tak se můžeme s potěšením věnovat výzkumu jeho jednotlivých forem.

*„Ale no tak. Ty ani nevíš, co to mem je!”*



Obrázek 18 Oh come on! You don't even know what a meme is!

Zdroj: <http://i1.kym-cdn.com/photos/images/original/000/365/451/dc8.jpg>

## Bibliografie

### Seznam použité literatury a elektronických zdrojů

ANTOŠ, David. Web 2.0 je bullshit. In: *Lupa.cz* [online]. 2006 [cit. 2015-08-11]. Dostupné z: <http://blog.lupa.cz/jilm/web-2-0-je-bullshit/>

AWESOME a MERCER. *Dancing Baby* [online]. In: . [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/dancing-baby>

BACKE, Emma Louise. Contemporary Folklore in the Digital Age. In: *The geek anthropologist* [online]. 2014 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <http://thegeekanthropologist.com/2014/10/03/contemporary-folklore-in-the-digital-age/>

BACON, Jasen. *The Digital Folklore Project: Tracking the Oral Tradition on the World Wide Web*. Tennessee, 2011. East Tennessee State University.

BARLOW, John Perry. *John Perry Barlow Interview* [online]. In: . [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: [https://w2.eff.org/Misc/Publications/John\\_Perry\\_Barlow/HTML/kreilsberg\\_interview.html](https://w2.eff.org/Misc/Publications/John_Perry_Barlow/HTML/kreilsberg_interview.html)

BARLOW, John Perry. *CRIME AND PUZZLEMENT* [online]. In: . [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: [https://w2.eff.org/Misc/Publications/John\\_Perry\\_Barlow/HTML/crime\\_and\\_puzzlement\\_1.html](https://w2.eff.org/Misc/Publications/John_Perry_Barlow/HTML/crime_and_puzzlement_1.html)

BARLOW, John Perry. *Is There a There in Cyberspace?* [online]. In: . [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: [https://w2.eff.org/Misc/Publications/John\\_Perry\\_Barlow/HTML/utne\\_community.html](https://w2.eff.org/Misc/Publications/John_Perry_Barlow/HTML/utne_community.html)

BARLOW, John Perry. *A Declaration of the Independence of Cyberspace* [online]. In: . [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>

BARTOŠEK, M. Krátce z historie Internetu. *Zpravodaj ÚVT MU*. 1995, **5**(3), 10-13. ISSN 1212-0901.

BASCOM, William R. Four Functions of Folklore. *The Journal of American Folklore*. 1954, **67**(266), 333-349.

BENEDIKT, Michael. *Introduction to Cyberspace: First Steps*. MIT Press, 1991.

BENEŠ, Bohuslav. *Úvod do folkloristiky*. 1. vyd. Brno: Univerzita J.E. Purkyně, 1979, 131 s.

BLACKMORE, Susan J. *Teorie memů: kultura a její evoluce*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2001, 302 s. ISBN 8071783943.

BLANK, Trevor J. *Folklore and the internet: vernacular expression in a digital world*. 1. Logan, Utah: Utah State University Press, 2009, x, 260 p. ISBN 978-0-87421-751-3 (e-book).

BLANK, Trevor J a Robert Glenn HOWARD. *Tradition in the twenty-first century: locating the role of the past in the present*. 1. Boulder, CO: Utah State University Press, 2013, 225 p. ISBN 0874218993.

BLANK, Trevor J. *Folklore and the Internet Vernacular Expression in a Digital World*. Utah, 2010. Teaching Guide. Utah State University Press.

EDITED BY TREVOR J. BLANK. *Folk culture in the digital age: the emergent dynamics of human interaction*. Logan, [Utah]: Utah State University Press, 2012. ISBN 0874218896.

BOGATYREV, Petr Grigor'jevič. *Souvislosti tvorby: cesty k struktuře lidové kultury a divadla*. 1. vyd. Praha: Odeon, 1971, 209 s.

BRAD a AMANDA B. Throwback Thursday. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/throwback-thursday>

BRAD a GI97OL. GIF. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/subcultures/gif>

CARTER, Kimberly A. TYPE ME HOW YOU FEEL: Quasi-Nonverbal Cues in Computer-Mediated Communication. *ETC: A Review of General Semantics*. 2003, **60**(1), 29-39.

COSCIA, Michele. *Competition and Success in the Meme Pool: a Case Study on Quickmeme.com*. 2013. CID - Harvard Kennedy School.

*Co je to virál, jak vzniká a jak se šíří?* [online]. In: . [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://www.viralsvet.cz/co-je-viral/>

Computer Network. *Technopedia* [online]. [cit. 2015-08-17]. Dostupné z: <https://www.techopedia.com/definition/25597/computer-network> [online]. In: . [cit. 2016-01-11].

*Creepy pasta* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://www.creepypasta.com/> [online]. [cit. 2016-01-11].



CSASZI, Lajos. World Trade Center Jokes and Their Hungarian Reception. *Journal of Folklore Research*. Department of Folklore and Ethnomusicology, Indiana University, 2003, **40**(2), 175-210.

*Cyborganthropology* [online]. In: . [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: [http://cyborganthropology.com/Main\\_Page](http://cyborganthropology.com/Main_Page)

*Dancing-baby.net* [online]. In: . [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://www.dancing-baby.net/BabyMus1.htm>

DAWKINS, Richard. *Sobecký gen*. Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, 1998, 319 s. Kolumbus. ISBN 8020407308.

DLOUHÁ, Marie. Nová etnografie? „Virtuální etnografická procházka“ jako příklad vedení etnografického výzkumu v době internetu. *Antropowebzin* [online]. 2012, (3), 169-176 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <http://www.antropoweb.cz/cs/nova-etnografie-virtualni-etnograficka-prochazka-jako-priklad-vedeni-etnografickeho-vyzkumu-v-dobe-internetu>

DOMOKOS, Marian. Methodological Issues in Electronic Folklore. *Slovenský národopis*. 2014, **62**(2), 283-299. ISSN 1335 - 1303.

DUNDES, Alan. "What is Folklore?": The Study of Folklore. New Jersey: PrenticeHall, 1965.

ELMER-DEWITT, Philip. WELCOME TO CYBERSPACE: What is it? Where is it? When can we go? *TIME Domestic* [online]. 1995, **145**(12) [cit. 2015-08-01]. Dostupné z: <http://www.isd1.com/isd/times-1.html>

*Facebook* [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: [www.facebook.com](http://www.facebook.com) [online]. In: . [cit. 2016-01-11].

FELTMAN, Rachel. How to get to the top of Reddit: lessons from the banning of Quickmeme. In: *Quartz* [online]. 2013 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <http://qz.com/98620/how-to-get-to-the-top-of-reddit-lessons-from-the-banning-of-quickmeme/>

FERMANDO, Angelo. If you text it, they may come. *Communication world*. 2007, **24**(2), 9-11.

FOOTE, Monica. Userpicks: Cyber Folk Art in the Early 21st Century. *Folklore Forum*. 2007, **37**(1), 27-38.

FRANK, Russell. *Newslore: contemporary folklore on the Internet*. Jackson, Miss.: University Press of Mississippi, 2011, ix, 268 p.

*Journal of Folklore Research*,. Department of Folklore and Ethnomusicology, Indiana University, 2005, **42**(1), 33-56.

HEATH, Chip, Chris BELL a emily STENBERG. *Emotional Selection in Memes: The Case of Urban Legends*. 2001. Stanford University, Duke University.

HEIMO, Anne a Kaarina KOSKI. Internet Memes as Statements and Entertainment. *Folklore Fellows' NETWORK*. 2014, (44), 4-12. ISSN ISSN 1798-3029 (Online).

HEŘT, Jiří. Memy a memetika. *Zpravodaj SYSYFOS*. 2006, **12**(1).

Hitler se dozvěděl o výsledku voleb v ČR: 3:50. In: *Stream.cz* [online video]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <https://www.stream.cz/vtipky-a-srandicky/790754-hitler-se-dozvedel-o-vysledku-voleb-v-cr>

Hitler se dozvěděl, že zavřeli Činoherák.: 3:50. In: *Youtube* [online video]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=8JmApMQkaZU>

HOWARD, Robert Glenn. Toward a Theory of the World Wide Web Vernacular: The Case for Pet Cloning. *Journal of Folklore Research*. Department of Folklore and Ethnomusicology, Indiana University, 2005, **42**(3), 323-360.

CHICHAS. Kontroverze jménem Memetika. In: *Ne-stvůra ne-stvůram* [online]. 2010 [cit. 2015-08-14]. Dostupné z: <http://ne-stvura.blog.cz/1001/kontroverze-jmenem-memetika>

JAMIE DUBS a JAMES. Star wars Kid. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/star-wars-kid>

JANEČEK, Petr. *Černá sanitka a jiné děsivé příběhy: současné pověsti a fámy v České republice*. Vyd. 1. Praha: Plot, 2006, 367 s. ISBN 8086523748.

JANEČEK, Petr (ed.) a Dana BITTNEROVÁ. *Folklor atomového věku: kolektivně sdílené prvky expresivní kultury v soudobé české společnosti*. 1. vyd. Praha: Národní muzeum, 2011, 135 s. ISBN 9788070363157.

JIROVSKÝ, Václav. *Kybernetická kriminalita: nejen o hackingu, crackingu, virech a trojských koních bez tajemství*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 284 s. ISBN 9788024715612.

KÕIVA, Mare a Liisa VESIK. Contemporary Folklore, Internet and Communities at the beginning of the 21st Century. In: *Media & Folklore: Contemporary Folklore IV* [online]. Tartu, 2009, s. 97-117 [cit. 2016-01-05]. Dostupné z: [http://www.folklore.ee/rl/pubte/ee/cf/cf4/CF4\\_Koiva\\_Vesik.pdf](http://www.folklore.ee/rl/pubte/ee/cf/cf4/CF4_Koiva_Vesik.pdf)

LAINESTE, Liisi. RESEARCHING HUMOR ON THE INTERNET. *Folklore* [online]. 2003, **25**(1), 93-97 [cit. 2015-08-11]. ISSN 1406-0949. Dostupné z: <http://www.folklore.ee/folklore/vol25/humor.pdf>

LEFEVRE, Greg. Dancing Baby cha-chas from the Internet to the networks. In: *CNN interactive* [online]. 1998 [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/TECH/9801/19/dancing.baby/index.html>

LEŠČÁK, Milan a Oldřich SIROVÁTKA. *Folklór a folkloristika: (o ľudovej slovesnosti)*. Bratislava: Smena, 1982, 263 s.

LÉVY, Pierre. *Kyberkultura: zpráva pro Radu Evropy v rámci projektu "Nové technologie: kulturní spolupráce a komunikace"*. Vyd. 1. V Praze: Karolinum, 2000, 229 s. ISBN 8024601095.

LÓPEZ, Antonio. The Meme of Memes: Information as Objects. *Counterpoints, : MEDIACOLOGY: A MULTICULTURAL APPROACH TO MEDIA LITERACY IN THE TWENTY-FIRST CENTURY*. 2008, (343), 95-109.

MACEK, Jakub. *RANÁ KYBERKULTURA*. Brno, 2004. Diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Mgr. David Kořínek.

MALINA, Jaroslav a kol. *Antropologický slovník* [online]. In: . 20XYn. 1. [cit. 2015-08-13]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/do/1431/UAntrBiol/el/antropos/slovník.html>

MCNEILL, Lynne S. *Folklore rules: a fun, quick, and useful introduction to the field of academic folklore studies*. Logan: Utah State University Press, 2013, 1 online resource (114 pages). ISBN 9781492001645.

Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*. International Communication Association, 2013, **18**, 362-377.

MIMS, Christopher. Why you'll share this story: The new science of memes. In: *Quartz* [online]. 2013 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <http://qz.com/98677/why-youll-share-this-story-the-new-science-of-memes/>

MOERE, Andrew Vande. *The Language of Cyberspace: An Architectural Approach* [online]. Belgium, 1998 [cit. 2015-08-17]. Dostupné z: <http://infoscape.org/publications/cyberspace98.pdf>. Diplomová práce. K.U.Leuven University.

MOUČKA, B. World Wide Web. *Zpravodaj ÚVT MU*. 1994, **4**(5), 5-6. ISSN 1212-0901.

NAUMANN, Friedrich. *Dějiny informatiky: od abaku k internetu*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2009, 422 s. Galileo. ISBN 9788020017307.

NEGROPONTE, Nicholas. *Digitální svět*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001, 207 s. ISBN 8072610465.

NOONEY, Laine a Laura PORTWOOD-STACER. One Does Not Simply: An Introduction to the Special Issue on Internet Memes. *Journal of visual culture*. 2014, **13**(3), 248-252. DOI: DOI 10.1177/1470412914551351.

NOSEK, Jiří (ed.). *Memy ve vědě a filosofii?: sborník příspěvků*. Vyd. 1. Praha: Filosofia, 2004, 149 s. ISBN 8070071966.

Oogachaka Baby. In: *Youtube* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=-5x5OXfe9KY>

O'REILLY, Tim. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* [online]. In: . s. 1-22 [cit. 2015-08-12]. Dostupné z: [https://mpira.ub.uni-muenchen.de/4578/1/MPRA\\_paper\\_4578.pdf](https://mpira.ub.uni-muenchen.de/4578/1/MPRA_paper_4578.pdf)

OPSPE. Memetic Communication. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/memetic-communication>

OWENS, Trevor. *Understanding Folk Culture in the Digital Age: An interview with Folklorist Trevor J. Blank, Pt. 1* [online]. In: . 2014 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <https://blogs.loc.gov/digitalpreservation/2014/06/understanding-folk-culture-in-the-digital-age-an-interview-with-folklorist-trevor-j-blank-pt-1/>

PENCE, Jaffrey. Narrative Emotion: Feeling, Form and Function. *Journal of Narrative Theory*. Eastern Michigan University, 2004, **34**(3), 273-276.

PIMPLE, Kenneth D. The Meme-Ing of Folklore. *Journal of Folklore Research*. 1996, **33**(3), 236-240.

PISKAČOVÁ, Michala. *Vypravěčství jako případ současné slovesné tvorby*. Vyd. 1. Praha: Brkola, 2013, 183 s. ISBN 9788090571433.

Počítačové sítě - Co je to počítačová síť? In: *Http://site.the.cz/* [online]. [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: <http://site.the.cz/index.php?id=1>

POHUNEK, Jan, Petr JANEČEK a Adam VOTRUBA. *Metodická příručka ke sběru folkloru: metodický materiál s návodem ke sběru folkloru 20. století pomocí rozhovorů s pamětníky*. 1. vyd. Praha: Národní muzeum, 2014, 14 s. ISBN 9788070364130.

POLLOCK, Ross, Kimberley HUDSON, Brandon CARR, Pamela TAKAYOSHI a Christina HASS. Young People's Everyday Literacies: The Language Features of Instant Messaging. *Research in the Teaching of English*. National Council of Teachers of English, 2011, **54**(4), 378-404.

PRENSKY, Marc. Digital Natives. In: *Marc Prensky practical visionary* [online]. [cit. 2015-08-17]. Dostupné z: <http://marcprensky.com/digital-native/>

REBAZA, Claudia. *Folklore in 10,000 Pixels: Icon Use by Fanfic Writers on LiveJournal*. Urbana-Champaign, 2016. University of Illinois.

SHIFMAN, Limor. The Cultural Logic of Photo-Based Meme Genres. *Journal of visual culture*. 2014, **13**(3), 340-358. DOI: DOI 10.1177/1470412914546577.

SOUKUP, Václav. Kyberantropologie a kyberkultura. *ANTHROPOLOGIA INTEGRALIS*. 2010, **1**(2), 15-22.

SOUKUP, Václav. Komunikační sítě jako nástroj globalizace a unifikace kultury. In: *Zpravodaj Masarykovy české sociologické společnosti* [online]. s. 29-35 [cit. 2015-08-15]. Dostupné z: [http://www.ceskasociologicka.org/attachments/190\\_MCSS\\_Zpravodaj\\_2009%20PDF.pdf](http://www.ceskasociologicka.org/attachments/190_MCSS_Zpravodaj_2009%20PDF.pdf)

STERELNY, Kim. Memes Revisited. *The British Journal for the Philosophy of Science*. Oxford University Press on behalf of The British Society for the Philosophy of Science, 2006, **57**(1), 145-165.

STEUER, Jonathan. *Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence* [online]. , 1-25 [cit. 2015-08-16]. Dostupné z: <http://www.cybertherapy.info/pages/telepresence.pdf>

TEH BRAWLER a THE CUTE MASTER. Hashtag. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/hashtag>

TODD PERSEN a BRAD. Numa Numa. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/numa-numa>

TRIPLE ZED. Viral Videos. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/viral-videos>

VOOLAID, Piret. CLICK 'LIKE' AND POST IT ON YOUR WALL! CHAIN POSTS ON FACEBOOK – IDENTITY CONSTRUCTION AND VALUES. *Folklore* [online]. 2013, **58**(1), 1-26 [cit. 2015-08-05]. Dostupné z: <http://www.folklore.ee/folklore/vol53/voolaid.pdf>

What Are We Doing Online? *HARPER'S MAGAZINE* [online]. 1995, , 35-44 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: [http://kk.org/mt-files/writings/online\\_harpers.pdf](http://kk.org/mt-files/writings/online_harpers.pdf)

WINKLER, Peter. *Velký počítačový lexikon: co je co ve světě počítačů*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009, 520 s. ISBN 9788025123317.

ZIPODYBOP a MSCRATCH. Imminent Ned / Brace Yourselves, Winter is Coming. In: *Know Your Meme* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourselves-winter-is-coming>

## Seznam vyobrazení

Obrázek 0 One does not simply just say thank you .....	3
Zdroj: <a href="http://www.memes.com/meme/408719">http://www.memes.com/meme/408719</a>	
Obrázek 1 Řetězový dopis: Pozor vir - velmi nebezpečný VIR !! .....	28
Zdroj: E-mailová schránka autorky	
Obrázek 2 GIRLFRIEND Y U NO EXIT?! .....	35
Zdroj: <a href="http://knowyourmeme.com/photos/251072-forever-alone">http://knowyourmeme.com/photos/251072-forever-alone</a>	
Obrázek 3 forever alone.....	35
Zdroj: <a href="http://www.memecenter.com/fun/897461/y-u-no-forever-alone">http://www.memecenter.com/fun/897461/y-u-no-forever-alone</a>	
Obrázek 4 GIF: „Když se mě naši ptají, jak to vidím s titulem“ .....	36
Zdroj: <a href="http://pisudiplomku.tumblr.com/post/82229441405/kdy%C5%BE-se-m%C4%9B-na%C5%A1i-ptaj%C3%AD-jak-to-vypad%C3%A1-s-titulem">http://pisudiplomku.tumblr.com/post/82229441405/kdy%C5%BE-se-m%C4%9B-na%C5%A1i-ptaj%C3%AD-jak-to-vypad%C3%A1-s-titulem</a>	
Obrázek 5 Picard facepalm .....	38
Zdroj: <a href="http://imgur.com/gallery/iWKad22">http://imgur.com/gallery/iWKad22</a>	
Obrázek 6 Jesus facepalm.....	38
Zdroj: <a href="http://catholicmemes.com/memes/jesus-facepalm/">http://catholicmemes.com/memes/jesus-facepalm/</a>	
Obrázek 7 Homer facepalm .....	38
Zdroj: <a href="https://mundabor.wordpress.com/2013/10/06/repubblica-interview-and-explaining-the-obvious-relativism/facepalm-homer-simpson/">https://mundabor.wordpress.com/2013/10/06/repubblica-interview-and-explaining-the-obvious-relativism/facepalm-homer-simpson/</a>	
Obrázek 8 Philosoraptor time machines .....	38
Zdroj: <a href="https://www.pinterest.com/vivek025/philosoraptor-think-about-it/">https://www.pinterest.com/vivek025/philosoraptor-think-about-it/</a>	
Obrázek 9 Philosoraptor to die in the living room.....	38
Zdroj: <a href="http://lifepopper.com/2015/01/13/lol-philosoraptor-memes/">http://lifepopper.com/2015/01/13/lol-philosoraptor-memes/</a>	
Obrázek 10 Philosoraptor afros in Africa .....	38
Zdroj: <a href="https://www.pinterest.com/clauidiaspins/the-best-of-philosoraptor/">https://www.pinterest.com/clauidiaspins/the-best-of-philosoraptor/</a>	
Obrázek 11 Don't put too much text in your memes.....	39

Zdroj: <a href="http://www.quickmeme.com/meme/3u8qlu">http://www.quickmeme.com/meme/3u8qlu</a>	
Obrázek 12 Připravte se... statusy o ubytovacím stipendiu přicházejí .....	42
Obrázek 13 Brace yourself winter is coming.....	43
Zdroj: <a href="http://media.moddb.com/images/groups/1/17/16767/brace-yourself.jpg">http://media.moddb.com/images/groups/1/17/16767/brace-yourself.jpg</a>	
Obrázek 14 Brace yourself posts about bracing yourself are coming .....	44
Zdroj: <a href="http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourself-winter-is-coming">http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourself-winter-is-coming</a>	
Obrázek 15 Brace yourself midterms are coming .....	44
Zdroj: <a href="http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourself-winter-is-coming">http://knowyourmeme.com/memes/imminent-ned-brace-yourself-winter-is-coming</a>	
Obrázek 16 Připravte se beer challenge videa zahlcují zed' .....	44
Zdroj: <a href="http://media.makeameme.org/created/pripravte-se-beer.jpg">http://media.makeameme.org/created/pripravte-se-beer.jpg</a>	
Obrázek 17 Připravte se odrinace v růžové zahradě přichází .....	44
Zdroj: <a href="http://cdn.meme.am/instances/500x/60068597.jpg">http://cdn.meme.am/instances/500x/60068597.jpg</a>	
Obrázek 18 Oh come on! You don't even know what a meme is! .....	46
Zdroj: <a href="http://i1.kym-cdn.com/photos/images/original/000/365/451/dc8.jpg">http://i1.kym-cdn.com/photos/images/original/000/365/451/dc8.jpg</a>	